



XI CONGRESO ONLINE INTERNACIONAL SOBRE TURISMO Y DESARROLLO

del 11 al 25 de julio de 2017

Juan Carlos Martínez Coll / Coordinador

Universidad de Málaga

Este Décimo primer congreso ONLINE sobre Turismo y Desarrollo fue debatido en una serie de foros donde se discutieron todas las ponencias presentadas, se enviaron más de 520 opiniones, hubo un total de 83 participantes y 67 ponencias.

El turismo es una de las expresiones más espectaculares de los cambios culturales y económicos asociados al fenómeno de la globalización. Millones de ciudadanos de los países más ricos destinan una parte cada vez mayor de sus presupuestos de consumo a viajar por otros países.

Las consecuencias sociales y económicas son extraordinarias. Para muchos países en desarrollo el turismo es la primera fuente de ingresos. El turismo genera un gran número de puestos de trabajo. De forma secundaria, el turismo estimula también movimientos comerciales e inversiones trasfronterizas.

Pero a veces el turismo presenta también aspectos negativos y genera graves problemas. Los resorts y las actividades de los turistas pueden dañar de forma irreversible equilibrios ecológicos y paisajes naturales. Para algunos países el impacto cultural puede tener efectos destructivos. El caso más extremo de efecto perverso es el turismo sexual asociado a la explotación de la prostitución infantil.

@ Los autores de las colaboraciones son responsables de los contenidos expresados en los mismos.

@ ISBN-13: 978-84-16874-52-1

@ Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

@ Grupo Eumed.net

@ Maquetación y responsable de edición: Lisette Villamizar Moreno

@ Diseño de portada y secciones: Lisette Villamizar Moreno

Comité Científico

José Alberto Martínez González. Universidad de La Laguna, España.

Xochitl Támez Martínez. Universidad Autónoma de San Luís Potosí, México.

Paulo Manuel De Carvalho Tomás. Universidad de Coimbra, Portugal.

Ramón Rivera Espinosa. Universidad Autónoma Chapingo, México.

Guido Poveda Burgos. Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Maximiliano Korstanje. Universidad de Palermo, Argentina.

Nhora Benítez Bastidas. Universidad Técnica del Norte, Ecuador.

Isaías Covarrubias Marquina. Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado, Venezuela.

Francisco Orgaz Agüera. Universidad Tecnológica de Santiago, República Dominicana.

José Alberto Sánchez López. Instituto Tecnológico Superior de Escárcega, México.

Índice de Ponencias

TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO, RETOS PARA LOGRAR EL BIENESTAR DEL TURISTA.....	1
Alexis Santiago Perez Figueredo.	
DIAGNÓSTICO DE LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL CANTÓN PORTOVIEJO, MANABÍ-ECUADOR.....	12
Mabel Font Aranda y Luis Andrade Alcívar	
ASPECTOS SOBRE CRECIMIENTO, DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD EN EL ECUADOR, 2006-2016.....	23
Molina Sanchez Maria Paula, Solano Javier y Terán Daniel	
CULTURA ORGANIZACIONAL Y RENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA PYME TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE EL ORO.....	29
Gianella Matute Ramírez, Carolina Uzcátegui y Javier Solano	
SITUACIÓN ACTUAL DEL ACCESO Y USO A SERVICIOS FINANCIEROS EN AMÉRICA LATINA.....	36
Shirley Peña Chávez, Solano Javier y Molina María Paula	
EL TURISMO EN EL MARCO DEL DESARROLLO MUNDIAL. EL CASO DE ARGENTINA....	43
Mariela Cuttica y Eugenia Perona	
LA VISIBILIDAD DEL PAISAJE INVISIBILIZA SU POTENCIAL COMO RECURSO TURÍSTICO.....	58
Elvira Alicia Lansse	
ÉTICA EMPRESARIAL EN TURISMO DE LA PROVINCIA DE SAN JUAN.....	64
Lidia Adela García y Maria Irene Marinzalda	
IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA Y DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO EN GUAYAQUIL.....	72
Guido Poveda Burgos	
LAS COMPRAS SOSTENIBLES EN LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR TURÍSTICO.....	83
Adriana Norma Martinez y Adriana Rosenfeld	

TURISMO COMUNITARIO Y DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS ÁREAS RURALES A TRAVÉS DEL TREN DE ECUADOR.....	93
Johanna Gabriela Cisneros Palacios y Belén Amador Rodríguez	
PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL CONCEPTO DE RESILIENCIA EN DESTINOS PATRIMONIALES: EL CASO DE ST. AUGUSTINE.....	111
Estefania M. Basurto-Cedeño, Lori Pennington-Gray y Xavier Basurto-Cedeño	
EL PROGRAMA SIGO EN EMPRESAS TURÍSTICAS DE POSADAS (ARGENTINA) Y ENCARNACIÓN (PARAGUAY), COMO POLÍTICA PÚBLICA DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO.....	118
Fernanda Fiorino; Claudia María Castells; Elvira Alicia Lansse; Florencia Banacor Tuzinkievicz; Liliana María Dieckow; Marcelo Daniel Groh y Aldo Daniel Maciel	
DESARROLLO DEL ECOTURISMO INTELIGENTE EN LA FINCA DE CONSERVACIÓN “RIVERA DE LOS VENCEJOS”.....	137
Lalangui Ramírez Jessica Ivonne.	
EL AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO SUSTENTABLE.....	146
Marcos Giler Giler y Lytyet Fernández Capestany	
APROXIMACIÓN A UN MODELO DE GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN TURÍSTICA CON ENFOQUE COMUNITARIO PARA EL DESEMPEÑO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) TURÍSTICAS.....	155
Odalys Burgo Becomo, Fernando Juca Maldonado, Otmara Navarro Silva y Rene Izquierdo Vera	
EL TURISMO UNIVERSITARIO INTERNACIONAL COMO FENÓMENO SOCIO-CULTURAL EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA, ARGENTINA.....	166
Eugenia Perona, Efraín Molina e Ignacio Najle	
DISEÑO DE UNA RUTA CULTURAL. ESTUDIO DE CASO: PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DEL CANTÓN CUMANDÁ (CHIMBORAZO – ECUADOR.....	179
Sofía Andrea Basantes Vinuesa, Edison Antonio Chango Agama y Carlos Renato Chávez Velásquez	
EL TURISMO Y EL TRABAJO FEMENINO.....	196
Gerardo Enrique del Rivero Maldonado y Héctor Ruiz Ramírez	
TURISMO CULTURAL Y DESARROLLO LOCAL.....	208
Martha Aracelia Alonso Vives	

LOS EMPRENDEDORES EN TURISMO. LAS NUEVAS GENERACIONES Y LOS DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES ANTE COYUNTURAS ECONÓMICAS CAMBIANTES	218
Liliana María Dieckow.	
EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL: UN ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DE RENTABILIDAD A NIVEL DE EMPRESA.....	240
Eliseo Fernández Fernández; Rubén Lado Sestayo y Milagros Vivel-Búa	
AUTOTRANSPORTE TURÍSTICO ESPAÑOL S.A.: ANÁLISIS CONTABLE (2009 – 2015).....	261
Rubén Lado-Sestayo y Eric Pita Sánchez	
ESTRATEGIA Y RENTABILIDAD EN EL SECTOR DE ALQUILER DE VEHÍCULOS.....	283
Eric Pita Sánchez y Rubén Lado Sestayo	
EL ARTISTA ROBERT MORRIS Y LA SORPRENDENTE DERIVA DEL (POST)-MINIMALISMO ENTRE LAS DÉCADAS DE 1960 Y 1990.....	302
Isusko Vivas y Amaia Lekerikabeaskoa.	
PLAN DE MARKETING PARA PROMOCIONAR AL CANTÓN PILLARO COMO ALTERNATIVA DE TURISMO, AÑO 2017.....	327
Diana Espinoza Alcívar, Mario Enrique Haro Salazar y Valentino Arguello Torres	
ANÁLISIS SECTORIAL DE LA PYME DE LA RESTAURACIÓN EN EL CONTEXTO DE LA CIUDAD DE MACHALA.....	341
Franco, María del Carmen; Rojas, María Alexandra y Pérez, María José	
MARKETING TURÍSTICO EN EL ECUADOR: UNA OPORTUNIDAD DE LAS PYMES PARA SU CRECIMIENTO SOSTENIBLE.....	347
Pérez Espinoza María Jose y Novillo Díaz Lenin Alexander	
PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING DE PRODUCTO TURÍSTICO “FERIA GANADERA SAN JACINTO DE BALZAR” EN EL CANTÓN BALZAR PROVINCIA DEL GUAYAS – ECUADOR.....	354
Pinos Mariela, Medrano Ailin, Gutierrez Aline y Castro Parsival	
LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO EN EL MARKETING TURÍSTICO: UNA ESTRATEGIA BÁSICA PARA DESCUBRIR QUIÉN ES MI CLIENTE Y SER MÁS COMPETITIVO.....	378
María José Pérez Espinoza y Kerly Brighth Herrera Tinoco.	

DISEÑO DE UN INSTRUMENTO DE MEDIDA PARA ANALIZAR EL EFECTO DE LA EXTRACCIÓN DE HIDROCARBUROS EN EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA: EL CASO DE CANARIAS.....	388
Diana Martín Azami, Francisco Javier Ramos Real, Josué Barrera Santana y Alfredo Jesús Ramírez Díaz	
PASOS CERTEROS A FAVOR DE UN TURISMO SOSTENIBLE EN CUBA.....	404
Diana Hernandez	
PRÁCTICAS COLABORATIVAS EN EL DOCUMENTAL COMO MEDIO PARA LA PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL.....	413
Anna Borisova	
EDUCACIÓN PATRIMONIAL INTEGRADORA: EL EJEMPLO DE AL-ANDALUS PARA POTENCIAR LOS VALORES DE UNA CIUDADANÍA INTERCULTURAL DESDE LA EDUCACIÓN PRIMARIA.....	420
Maria Belen Calderon Roca y Belén Belmonte Jiménez	
EL PATRIMONIO INMUEBLE DEL CANTÓN MACHALA, ECUADOR.....	440
Jose Manuel Castellano Gil y Angel Bolívar Fajardo Pucha	
ESTADO ACTUAL DEL PATRIMONIO DOCUMENTAL EN EL CANTÓN MACHALA, ECUADOR.....	451
Jose Manuel Castellano Gil y Angel Bolívar Fajardo Pucha	
EL PATRIMONIO EDUCATIVO DE ECUADOR	456
Jose Manuel Castellano Gil, Angel Bolívar Fajardo Pucha y Juan Carlos Brito Roman	
EL DISEÑO GRÁFICO COMO DIVULGADOR DEL PATRIMONIO CULTURAL. EXPOSICIÓN DE CASOS.....	464
Rosana Bazaga Sanz	
VISIÓN SERIAL DESDE EL RECORRIDO DEL PATRIMONIO URBANO, ARQUITECTÓNICO Y PAISAJÍSTICO EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.....	479
Lilian Marcela Pulido Sierra y Victoria Eugenia Rivas Ramírez	
CALIDAD DEL SERVICIO Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME DEL SECTOR DE RESTAURANTES.....	495
Javier Solano, Karen Paeulette Nieves González y David Zaldumbide	

REGISTRO DE LA COCINA TRADICIONAL OAXAQUEÑA COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE MÉXICO.....	501
Sonia Altamira Contreras y Verónica Elizabeth Trujillo Martínez	
LAS TÉCNICAS ETNOGRÁFICAS PARA LA IDENTIFICACIÓN Y LA DOCUMENTACIÓN DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO DE NAYARIT.....	517
Wendy Guadalupe Carvajal Hermosillo, Jeraar Atahualpa Ramos García y José Salvador Rocha Arteaga	
APROXIMACIONES DIVERSAS AL PATRIMONIO: ENTRE LA CLASE MAGISTRAL Y LA DIVERFUSIÓN, RELATO DE UNA EXPERIENCIA ACADÉMICA. EL TALLER DE CREATIVIDAD Y VALORES (CUENCA, ECUADOR).....	524
María del Cisne Aguirre y Libe Fernández Torrántegui	
EL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO. VISIÓN DESDE LA DOCUMENTACIÓN DE LOS EDIFICIOS DE PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA.....	537
María del Cisne Aguirre	
RESTAURACIÓN Y TURISMO. INTERVENCIONES EN LOS ESPACIOS MONUMENTALES DE ÚBEDA Y BAEZA (JAÉN, ESPAÑA) DURANTE EL FRANQUISMO.....	552
José Manuel Almansa Moreno	
CONSERVACIÓN DE UN LEGADO PATRIMONIAL: LOS ATAVÍOS DE LAS IMÁGENES VESTIDERAS EN LAS VÍRGENES DOLOROSAS SEVILLANAS.....	565
Francisco José Carrasco Murillo	
PATRIMONIO INMATERIAL EN JAÉN: DIFUSIÓN Y EDUCACIÓN COMO MEDIO PARA LA CONSERVACIÓN.....	580
Victoria Quirosa García y Laura Luque Rodrigo	
EL URBANISTA COMO AGENTE CONSERVADOR DEL PATRIMONIO URBANO. LA PUESTA EN VALOR DE LA CIUDAD HISTÓRICA.....	599
Carmen de Tomás Medina	
“ABIERTO POR OBRAS”. EL PAPEL DINAMIZADOR DEL CONSERVADOR RESTAURADOR EN EL PATRIMONIO.....	604
María Arjonilla Álvarez e Isabel Guerrero Torreño	
INVESTIGACIÓN Y RESTAURACIÓN: DOS FACTORES ESENCIALES PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA OBRA DEL PINTOR SEBASTIÁN MARTÍNEZ DOMEDEL.....	609
Rafael Mantas Fernández	

EL ESTUDIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO EN LA CONSERVACIÓN Y RESTAURACIÓN DE BIENES CULTURALES: SU APLICACIÓN EN UNA PIEZA DE ARTES DECORATIVAS.....	631
Jorge Martínez Montero	
FALTA DE VISIBILIDAD DEL PATRIMONIO NATURAL: ÁRBOLES PATRIMONIALES DEL PARQUE DE LA ALAMEDA – QUITO, ECUADOR.....	651
Francisco Ramírez, Consuelo Crespo y Juan Pablo Londoño	
HOKUSAI Y EL UKIYO-E. EL PATRIMONIO DE LA ESTAMPA COLOREADA.....	673
José Luis Crespo Fajardo y Luisa Pillacela Chin	
DESCONTEXTUALIZACIÓN DEL ORIGEN MÍTICO DEL SACHARUNA EN EL PASE DEL NIÑO REY DE REYES DE RIOBAMBA.....	681
Erika A. Arellano Tigse, Rubén V. Broncano Rocha y Pedro Antonio Carretero Poblete	
DESCONTEXTUALIZACIÓN DEL ORIGEN MÍTICO DEL SACHARUNA EN EL PASE DEL NIÑO REY DE REYES DE RIOBAMBA.....	695
Erika A. Arellano Tigse, Rubén V. Broncano Rocha y Pedro Antonio Carretero Poblete	
PROPUESTA DEL PROYECTO ECO-AGRO-TURISMO EN LA COMUNIDAD DE ZACANGO, MUNICIPIO DE VILLA GUERRERO, ESTADO DE MÉXICO.....	695
María del Carmen Magallanes Méndez, Raúl Juárez Toledo y Werther Juárez Toledo	
TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE: UNA ALTERNATIVA PARA LA SALVAGUARDA DEL PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL E INMATERIAL DE LOS PUEBLOS OTAVALO, KARANKI Y NATABUELA DE IMBABURA.....	706
Nhora Magdalena Benítez Bastidas, Anderson David Maldonado Mina y Gabriel Álvaro Tapia González	
APROVECHAMIENTO DE UN EVENTO NATURAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL TURISMO RURAL COMO ELEMENTO PROMOTOR DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS ACTIVIDADES MICRO-EMPRESARIALES EN EL SUR DEL ECUADOR.....	724
Vismar Gonzalo Flores Tabara y Javier Solano	
LA CULTURA MONTUBIA Y SUS TRADICIONES: APOORTE PARA EL TURISMO RURAL EN LA COSTA ECUATORIANA.....	733
Alicia Jalón de Torbay	
EL TURISMO RURAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL SEGÚN RESIDENTES DE LA PARROQUIA CASACAY.....	743
Marjorie Crespo García, Jonathan Ruiz Carrillo y Javier Solano Solano	

LA PERCEPCIÓN COMUNITARIA DEL IMPACTO SOCIO-CULTURAL GENERADO POR EL TURISMO RURAL EN LA PARROQUIA BELLAVISTA.....	752
Marjorie Crespo García, Jonathan Ruiz Carrillo y Javier Solano Solano	
COMPETITIVIDAD DEL SECTOR HOTELERO DE LA PROVINCIA DEL ORO.....	765
Daniel Teran Coto, Jean Michel Palomeque	
REVISIÓN DE LAS PUBLICACIONES SOBRE CULTURA WEB 2.0 APLICADA AL SECTOR DE LA PYME HOTELERA DEL ECUADOR.....	771
Javier Alejandro Solano Solano	
ACERCAMIENTO A LOS VIDEOJUEGOS COMO HERRAMIENTA PARA LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO INDUSTRIAL.....	779
Marta Moreno Muñoz	
SOSTENIBILIDAD DEL CONOCIMIENTO Y LA CULTURA ANCESTRAL DEL ECUADOR MEDIANTE EL TURISMO PATRIMONIAL.....	789
Susana Carrillo Vera, Víctor Hugo Carrillo Pérez, Guido Poveda Burgos	
TESTIMONIOS DE TURISTAS EXTRANJEROS EN DOS MUSEOS DE CUENCA, ECUADOR.....	799
Leonardo Torres León, Imelda Avecillas Torres, Cristina Barzallo Neira y Viviana Lliguin Balarezo	
LOS CICLO PASEOS COMO ALTERNATIVA PARA REDESCUBRIR CENTROS HISTÓRICOS: ANÁLISIS DE LA REALIDAD DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL FRENTE A ESTA PROPUESTA.....	807
César Augusto Santana Moncayo	
GASTO INTERNO EN EL TURISMO EN COLOMBIA.....	819
Astrid León Camargo	

TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO, RETOS PARA LOGRAR EL BIENESTAR DEL TURISTA

Dr. C. Alexis Santiago Pérez Figueredo

Profesor Titular, Universidad de Camagüey.

alexis.figueroa@reduc.edu.cu

Resumen

A partir de resultados investigativos derivados de tesis de grados, maestrías y doctorados, la revisión bibliográfica y documental así como de la práctica profesional y académica del autor, se desarrolla esta ponencia que tiene como objetivo exponer criterios que permita el desarrollo de actitudes y modos de actuación tanto de los actores como tomadores de decisiones en los procesos relacionados con los retos de la construcción de un turismo sostenible y sus distintas formas asociadas de hacer y planificar turismo, que constituyen no solo exigencias para el sector en sí, sino para toda la sociedad.

Palabras claves:

Turismo, turismo responsable, turismo sostenible para el desarrollo, bienestar del turista

Introducción

En la realización de los estudios turísticos en el primer cuarto del siglo XXI y en la medida que se viene construyendo una visión más científica sobre el turismo no solo en el ámbito académico y científico, sino también, aun de manera incipiente en el sector empresarial y profesional del turismo, se evidencia una actitud cada vez más crítica con respecto a los modelos de un turismo de masa y desarrollista imperantes a nivel internacional que han generado importantes impactos medio ambientales y sociales.

Cuáles son las consecuencias y cómo impacta en el territorio, el medio ambiente, la sociedad, la economía y cuáles son los efectos en la cultura de esta actividad en los destinos turísticos, su incidencia real en el desarrollo equilibrado y sostenible de la economía local de las comunidades receptoras, cuál es su capacidad real como instrumento de desarrollo o como generador de nuevas desigualdades y dependencias, son preguntas que a menudo se realiza la comunidad no solo la academia, sino también profesionales del sector empresarial. Las respuestas a estas están implicando un análisis controvertido y más detenido del turismo no solo como actividad económica sino su implicación social y en la necesidad de plantear nuevos modelos alternativos que satisfaga los planteamientos de un nuevo paradigma que se viene conformando, el de turismo sostenible.

Como uno de sus antecedentes se encuentra la definición que sobre el turismo responsable expuso la propia Organización Mundial del Turismo (OMT) en el 2009 al consignarlo como la ***“actividad turística que los turistas y los agentes turísticos realizan con respeto por los lugares de acogida desde el punto de vista medioambiental, cultural, social y económico, y que a su vez la comunidad receptora acepta y respeta y las autoridades públicas protegen y fomentan”***, todo ello de acuerdo con los principios recogidos en el Código Ético del Turismo.

Esta disquisición posibilitó integrar en este concepto, desde su posición de principios, a otras denominaciones y formas de hacer y entender el turismo, como el turismo rural, ecoturismo, turismo cultural o el turismo como instrumento de lucha contra la pobreza aprobado en 1999, por la Asamblea General de la OMT y refrendado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2001, que pretende potenciar las iniciativas que generen beneficios económicos que reviertan en el territorio, en las comunidades o en la conservación y protección de ecosistemas y sitios con valor patrimonial garantizando sobre todo el bienestar del turista.

En el desarrollo de estas formas se ha podido constatar que independientemente a los logros y avances alcanzados, existe la necesidad de continuar perfeccionando e impulsando distintas maneras de capacitación y obtención de conocimientos en la preparación no solo de los profesionales del turismo sino de los propios turistas y de los anfitriones en los diferentes destinos que permitan una mejor comprensión de su entorno, del ecosistema, del bien patrimonial cultural o natural objeto del producto turístico que se consume.

El presente artículo se confeccionó a partir de una amplia revisión bibliográfica y documental así como de la experiencia docente e investigativa del autor y tiene como objetivo exponer criterios de un procedimiento que permita el desarrollo de actitudes y modos de actuación consecuentes en el logro del turismo sostenible pudiendo, por su lógica, flexibilidad y tolerancia, entre otros atributos, ser aplicado en el estudio de una comunidad, un producto o contribuir a la gestión de un destino turístico e incorporarlo al modelo estratégico de desarrollo de un municipio o unidad de gestión determinada.

Los retos de la construcción de un turismo sostenible y sus distintas formas asociadas de hacer y planificar turismo, constituyen no solo exigencias para el sector en sí, sino para toda la sociedad pues como actividad económica y social el turismo constituye un ejemplo de los procesos de globalización e internacionalización de la economía, por lo que sus impactos y consecuencias trascienden no solo para los destinos turísticos sino también, para los territorios emisores que reciben más rápidamente que otro sector la repercusión de eventos como las diferentes formas del terrorismo, el impacto de los desastres naturales,

del cambio climático, epidemias, migraciones entre otros elementos que configuran el actual escenario internacional y complejizan alcanzar las metas trazadas en función del logro de la sostenibilidad del turismo en un corto, mediano y hasta largo plazo si no constituye el resultado de la concertación de los esfuerzos de los múltiples actores que intervienen en su desarrollo.

Desarrollo

Principales resultados

En la revisión bibliográfica realizada, una de las primeras dificultades que se presenta cuando se quiere analizar el tema de turismo, es precisamente su definición, por la ambigüedad que se presenta en su conceptualización. En principio hará turismo, y por consiguiente, será turista cualquier persona o grupo de personas que se desplazan a un lugar en el que el motivo principal del viaje sea el descanso, la participación en actividades de ocio, la diversión, las relaciones humanas o la cultura, entre otras motivaciones que excluyen a los que viajan para el interés de trabajar y ganar dinero, cabría preguntar entonces si ¿los viajes de negocios, pueden ser considerados como una motivación especial dentro de esta definición?, pues el viajante o agente de negocio se hospeda en un hotel, recibe los servicios de hospedería y alimentación, descansa, hace compras participa en las actividades de ocio etc., o sea, se comporta como un turista corriente aunque la motivación fundamental de su viaje es hacer negocios para ganar dinero, cuestión que se contrapone a la definición del verdadero turista que es sólo el que gasta dinero para satisfacer un deseo.

Dos personas que poseen un determinado padecimiento viajan en el mismo medio de transporte a la misma ciudad, uno opta por el tratamiento clínico quirúrgico en un hospital y el otro asistir a un balneario de salud de aguas termales, masajes, ejercicios de relajación y descanso ¿quién será considerado turista si los dos tienen la misma motivación para el viaje, la recuperación de la salud?

Estas contradicciones en la interpretación del concepto de turismo están dadas entre otras causas, porque hasta estos momentos el turismo se considera como un constructo teórico, no se acepta como ciencia, pues su objeto de estudio está en proceso de una definición teórica - metodológica, no posee métodos de investigación propios y su sistema de categorías y leyes están en constante cuestionamiento, redefinición y crítica.

Desde la academia los estudios sobre turismo son muy recientes, de hecho los primeros que se realizan ocurren en el periodo después de la Primera Guerra Mundial, en un momento de auge económico para muchos países del mundo, de desarrollo de los medios de transportes masivo como el ferrocarril, la fabricación de automóviles, el comienzo de la aviación civil, el desarrollo de los medios de comunicación como la radio y el teléfono, el desarrollo de la fotografía que posibilita el almacenamiento de estas experiencias, entre otros elementos y

factores, que de manera directa o indirecta posibilitan el conocimiento, divulgación de lugares históricos, pintorescos, el conocimiento y auge de las grandes ciudades, de reconocidos hoteles y sobre todo de una incipiente acumulación de riquezas producto del bienestar económico que posibilita que muchas personas se dediquen a estos viajes de placer.

La definición de turismo dada por los profesores y economistas suizos, Walter Hunziker y Kart Krapf(1942) se considera la más aceptada por la academia hasta estos momentos, ellos definen al turismo como:

El conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.

La interpretación de este concepto permite precisar que:

- El turismo no es solo el viaje de ida y vuelta, sino que en la materialización del viaje y la estancia en sí se genera todo un conjunto de relaciones económicas, sociales, ecológicas, jurídicas y de otros tipos. Esto apoya la visión de que el turismo para su estudio necesita un enfoque multidisciplinar, porque ha de ser estudiado desde diferentes puntos de vista y connota a la vez la necesidad de definición de su objeto de estudio de manera coherente.
- Ha de existir un desplazamiento, de ahí la importancia del desarrollo de los medios de transporte, por lo que no es posible hacer turismo en el lugar en donde uno vive o trabaja.
- La estancia es siempre temporal, porque cualquier visitante siempre tiene la intención de regresar. El turismo es un viaje de ida y vuelta.
- En este traslado o desplazamiento ¿se pueden considerar las segundas residencias o el viaje a otro lugar en la misma localidad, región o ciudad?
- Se excluyen las actividades lucrativas, por lo que no se tiene en cuenta el llamado el turismo de negocios.

La Organización Mundial del Turismo (OTM)(United Nations World Tourism Organization o UNWTO en inglés), que entre sus funciones tiene el de establecer y clarificar conceptos relacionados con el turismo, estableció la siguiente definición de turismo de manera más concisa:

Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Al analizar este concepto se aprecian algunas diferencias con la definición de Hunziker y Krapf, que permiten acotar el alcance del concepto, pero todavía se denota la necesidad de una mayor precisión en la definición del objeto de estudio del turismo:

- Se habla de entorno habitual y no sólo de lugar de residencia por lo que se puede considerar por ejemplo, que los viajes de descanso a una segunda

residencia que puede ser considerada un lugar habitual no constituye un viaje turístico.

- Se define una unidad de tiempo, la estancia en el destino ha de ser inferior a un año, puesto que en caso contrario sería considerado residente.
- Incluye expresamente los negocios como un tipo de turismo.

Otras definiciones de la OMT que son necesarias para una mejor interpretación del concepto de turismo son las de motivaciones turísticas y clases de turismo.

La OMT hace una clasificación de las **motivaciones turísticas** teniendo en cuenta los siguientes criterios entre los motivos personales identifica los viajes de vacaciones, recreo y ocio, las visitas a familiares o amigos, el intercambio académico, la salud y atención médica, visitas de índole religiosa y realización de peregrinaciones, la realización de compras, visita de orden cultural, entre otros motivos están los negocios y motivos profesionales.

Clases de Turismo

Las clasificaciones más utilizadas:

a) Según el **sentido del viaje** podemos hablar de

Turismo emisor: es el que realizan los residentes de un país cuando salen fuera de él.

Turismo receptor: es el que realizan los no residentes en un país cuando llegan a él.

Turismo interno: es el que realizan los residente de un país cuando viajan dentro de él (Turismo doméstico)

Estos tres tipos pueden combinarse entre sí y conceptúan tres tipos más: la suma de turismo emisor más el turismo receptor constituye el **turismo internacional**. La suma del turismo emisor y el interno define al **nacional**. Y la suma de turismo receptor e interno **turismo interior (internal)**

b) Otras clasificaciones

- por la actitud del viajero: **turismo activo o pasivo**
- por el tiempo empleado para el desplazamiento o la estancia: **turismo de estancias** o residencial y **turismo itinerante**
- Por la renta del viajero: **de élite; de masas, y social**
- Por el motivo: **religioso, sol y playa, negocios, etc**

Estos conceptos ayudan a clarificar elementos relacionados con los estudios turísticos y a la vez orientan hacia qué áreas se debe trabajar para sentar las bases del turismo sostenible, pues definen el contexto que debe servir como punto de referencia en el desarrollo de estas acciones.

La actividad turística constituye uno de los pilares más poderosos e importante factor en la evolución de la economía internacional, la recuperación actual de la crisis económica en muchos países del mundo y las propias relaciones Norte-Sur.

Pero al mismo tiempo constituye una de las actividades económicas que genera importantes impactos sobre el medioambiente y la sociedad, profundizando vulnerabilidades ya existentes o potenciando nuevas, favoreciendo desequilibrios que se reflejan en las desigualdades socioeconómicas y en los niveles de desarrollo de distintas regiones del planeta, que demuestra que existen insuficiencias en la planificación y organización de los procesos de desarrollo turísticos. Todos estos elementos gravitan sobre las pretensiones de cumplir con los retos del paradigma del turismo sostenible y sus plataformas programáticas.

En la Asamblea General de la ONU en diciembre del 2015 se acordó desarrollar en el 2017 el Año Internacional de Turismo Sostenible para el Desarrollo y en la proclamación, el secretario general de la OMT, subrayó el crecimiento continuado del turismo desde el comienzo de la crisis –“en 2016, **más de 1.200 millones** de personas viajaron por el mundo por turismo y otros **6.000 millones** de personas realizaron viajes domésticos”- e hizo hincapié en la necesidad de avanzar hacia un turismo más sostenible en todas sus dimensiones. Luego señaló...“De manera paralela al crecimiento del sector, aumenta también la responsabilidad para avanzar hacia una mayor sostenibilidad, equidad, inclusión y paz en nuestras sociedades”,

En la celebración se hizo énfasis en el inmenso potencial del turismo para el desarrollo de todos los países en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la necesidad de continuar avanzando hacia un sector más sostenible que redunde en el beneficio de las comunidades locales y la preservación de los valores culturales y naturales.

La Organización Mundial del Turismo ha establecido la siguiente definición sobre el Turismo Sostenible:

“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. Se basa además en el respeto a la cultura nacional y sus expresiones territoriales y en la integración de las poblaciones locales al desarrollo de sus actividades, contribuyendo así a la elevación de la calidad de la vida de los seres humanos.

Desde la conclusión de la Cumbre de la Tierra, tres organizaciones claves: el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), la Organización Mundial del Turismo (WTO Ú OMT) y el Consejo de la Tierra, han unido sus esfuerzos para producir el reporte Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo Hacia un Desarrollo Sostenible Ambientalmente”

La Organización Mundial del Turismo, desde hace varios años ha trabajado además en función de facilitar la integración del desarrollo de la infraestructura turística con la sostenibilidad, utiliza la Agenda 21 como marco de gestión, para lograr a mediano plazo que el turismo se convierta en un aliado para la

conservación del patrimonio en todos sus aspectos, a partir de un programa internacional de indicadores y medidas reguladoras que permitan asegurar si una actividad turística es sostenible o no.

Lo anterior no significa que el turismo haya dejado de producir impactos negativos al medio ambiente y aún queda un largo camino por transitar; esto obliga a trabajar por lograr un turismo responsable, proactivo y esta tarea debe ser ejecutada por los propios sistemas empresariales turísticos asociados al entorno donde se insertan, con el desarrollo de políticas comunes bajo códigos éticos muy precisos con respecto a la naturaleza, al medio social y al desarrollo económico. Se han definido tres dimensiones del desarrollo sostenible (social, ecológica y económica) para fijar las bases para una explotación turística sostenible. La Agenda 21, se orienta en dichas dimensiones, por lo que constituye el instrumento de mayor consenso internacional en la actualidad para promover el desarrollo sostenible.

Si se observan en la mayoría de los documentos y declaraciones de actualidad, se puede apreciar que el discurso se ha tornado convergente e incluso, se incrementa día tras día, la integración de acciones y el despliegue de políticas internacionales conjuntas. El desarrollo alcanzado por el turismo en los últimos cincuenta años ha generado una marcada diferencia en la economía de los territorios donde se han concretado sus acciones. Este crecimiento ha tenido también impactos directos e indirectos en otros sectores y ramas de la economía, como el transporte, la industria, la producción de alimentos pero de la misma forma, como se ha señalado anteriormente, ha transformado y contribuido a la degradación tanto de los espacios naturales como las sociedades donde se establece.

Como actividad productiva basada en los servicios y en lograr la satisfacción de un cliente, que cada vez exige mayor calidad no solo del producto turístico, sino también, del entorno donde se desarrollan las actividades turísticas, estas exigencias constituyen en la actualidad uno de los retos que tienen las organizaciones de este sector, el de establecer una política eficaz para el mantenimiento a largo plazo de un turismo de calidad, que desde la prevención proteja el entorno social y ambiental de la degradación progresiva debido a su utilización intensiva e inadecuada.

Todavía no existen acuerdos generales en la implementación de un modelo global de desarrollo sostenible, si bien se pueden ejemplificar algunas acciones y eventos, que demuestran el creciente interés político y gubernamental por construir la sostenibilidad en el planeta, como la concertación de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible y la recientemente reunión ministerial del Consejo Económico y Social de la ONU donde 22 países expusieron las experiencias de su aplicación (UN, 18/7/2016), en la que de manera general se reconoció que existen múltiples barreras para lograr su cumplimiento en los próximos quince años sino

se logra la aplicación de los objetivos de dicha agenda a través de políticas concretas en el territorio y la sociedad que mejoren el sistema regional, local o puntualmente la gestión empresarial y su relación con el medio.

Con la declaración del 2017 como Año Internacional del Turismo Sostenible, la Organización Mundial del Turismo *tiene como objetivo el de potenciar el desarrollo de acciones en todos los países en el marco de los objetivos de desarrollo sostenible, continuar avanzando hacia un sector más sostenible que redunde en el beneficio de las comunidades locales y la preservación de los valores culturales y naturales de la localidad.*

A nivel de los organismos internacionales, de las diferentes agrupaciones de integración regional y organizaciones no gubernamentales, entre otros organismos se han concertado acuerdos, documentos y declaraciones al respecto, donde se puede apreciar un discurso convergente de compromiso e incluso se incrementa día tras día la integración de acciones y el despliegue de políticas internacionales conjuntas.

Para el turismo, como una de las principales actividades económicas a nivel mundial ante esta realidad, el reto no podría ser otro que integrarse a la batalla por la sostenibilidad, con la singularidad de una doble perspectiva:

- ❖ Desde el mejoramiento de la imagen y del valor añadido, dado por el creciente interés de los turistas, por disfrutar de un producto turístico donde se concreten prácticas de turismo sostenible.
- ❖ El interés y compromiso de lograr un desempeño ambiental resultante del trabajo por disminuir o corregir los impactos no deseables, preservando en lo posible el entorno para futuras generaciones.

Por lo tanto, el desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre los criterios de sostenibilidad, que permitan una gestión de los recursos, con el fin de asegurar su durabilidad a largo plazo, garantizando así la viabilidad económica del turismo en el futuro, para ello se deben tener presente el desarrollo de acciones que permitan elevar el conocimiento de sus recursos humanos en relación a estos temas fomentar a su vez un sistema de valores que permita potenciar sus niveles de gestión en la búsqueda de soluciones a la problemática ambiental.

Relación turismo _ medio ambiente

El desarrollo de las actividades turísticas tiene relaciones directas con las funciones que realiza el medio ambiente como suministro de recursos, destino final de desechos y de manera vital, como principal plataforma que sostiene el desarrollo del turismo. En el proceso de desarrollo de estas actividades se generan una serie de nuevas vulnerabilidades o se profundizan otras existentes, configurando escenarios complejos y dinámicos caracterizados por una alta incertidumbre que implican el desarrollo de riesgos potenciales que impactan y limitan el logro de los objetivos económicos e intereses del turismo.

En la medida que el hombre ha avanzado en el proceso de gestión del conocimiento por ende, del desarrollo de la ciencia y la tecnología ha podido discernir criterios que conducen a la relación con el entorno que no siempre ha tenido un impacto favorable sobre este, y que al final su efecto se revierte hacia el propio hombre, por lo que el conocimiento de la gestión del riesgo se ha convertido en uno de los principales retos de la Sociedad no solo en su nivel teórico, sino en relación a una definición ética, responsable que conduzca a la búsqueda de soluciones efectivas dirigidas a mitigar o solucionar estos impactos.

La gestión de riesgos enfocada en la gestión de las vulnerabilidades que fundamentan su enfoque preventivo, se convierte en una herramienta fundamental para el logro de los objetivos y preceptos de un turismo sostenible. El análisis llevado a cabo del proceso de cómo se concretan estas políticas en el sector del turismo permite manifestar que como actividad económica y social, el turismo posee un marco de instrumentos legales, normativos y administrativos que pueden conducir a la efectiva adecuación y proyección de sus políticas de desarrollo.

Pero en ocasiones, ocurre que estas mismas normativas mantienen habitualmente su proyección en un plano propositivo que no tiene en cuenta las dinámicas impuestas por la realidad objetiva que se genera en la gestión del turismo, manteniendo un carácter reactivo y un índice de complacencia con lo orientado, obviando la visión preventiva encaminada a la gestión de factores de riesgos, limitando la gestión de vulnerabilidades que limitan la expresión de una visión orientada a ejecutar acciones de sostenibilidad por lo que se pueden delinear la existencia de vacíos en el desempeño de la gestión de riesgos en el sector del turismo que configuran la necesidad de buscar herramientas gerenciales que permitan mejorar la toma de decisiones en este accionar.

Los principios del turismo sostenible son una precondition para el logro de un turismo seguro, que también permitirá dar respuestas coherentes para la atención a la gestión de riesgos y la solución de situaciones de emergencias a corto, mediano y largo plazo. Constituye la base para lograr un modelo de equidad económica, social y de género, así como, de cuidado y conservación al medio ambiente, reduciendo muchos aspectos generadores de vulnerabilidad específica del sector y de otras de origen externo que puedan afectar el desarrollo de las actividades turísticas.

Los planes específicos de manejo de riesgos para preservar la integridad de personas y del patrimonio, también tienen un impacto en la imagen del destino turístico y repercuten sobre la percepción que se tiene en el exterior del producto turístico que se oferta.

La gestión de riesgo en el turismo debe tener en cuenta la singularidad y a la vez la heterogeneidad del sector, así como, las analogías o solapamientos de muchas de

sus actividades, que en forma regular u ocasional, se generan con otras actividades de la economía local, nacional e internacional. El turismo se considera como la más acabada expresión de los servicios, que abarca desde el diseño del producto turístico hasta su comercialización internacional, destinada a un cliente cuya percepción se ha formado desde la perspectiva de la información sobre lo que va a consumir y se materializa en el momento que es atendido por la agencia de viaje o el tour operador que es quien también debe cerrar el ciclo con el retorno de un turista satisfecho.

El potencial del turismo para fomentar el crecimiento económico y como actividad de estimulación a la economía local ha quedado evidenciado en múltiples ejemplos. Las necesidades del sector producen numerosos encadenamientos productivos con otros sectores de bienes y servicios que pueden comenzar en la localidad y terminar con un carácter internacional en su comercialización, entre otros, son cruciales los que se generan con el transporte por tierra, agua y aire, las comunicaciones y la informática, los servicios financieros y empresariales, el comercio, la construcción, la industria, la agricultura, la ganadería, la agroindustria, la pesca, estos últimos deben constituirse en proveedores locales de la actividad hotelera y de restaurantes.

Como se puede apreciar el desarrollo de todas estas acciones y actividades por su complejidad generan relaciones frágiles, portadoras de percepciones objetivas y subjetivas que potencian la existencia de nuevas vulnerabilidades o profundizan otras existentes que por su carácter y manifestación pueden ser tanto internas como externas.

En el análisis de las vulnerabilidades del sector se deben tener presente de manera general algunos aspectos fundamentales como:

- 1) El conocimiento del sector y nivel de incertidumbre relacionados con aspectos económicos, sociales y medioambientales para efectuar diagnósticos precisos identificando los problemas que por sus impactos y características pueden convertirse en un peligro para el turismo.
- 2) El marco legal y normativo en todos sus niveles, ligado a las condiciones de sostenibilidad del turismo, seguridad, y gestión de riesgos.
- 3) La disponibilidad de recursos y servicios que configuran la capacidad de respuesta.
- 4) La información y la promoción del uso adecuado de los seguros y de la negociación de contratos de todo tipo, en particular de prestación de servicios turísticos, tanto para proteger la infraestructura, las construcciones, el equipo y mobiliario, pero también los atractivos turísticos naturales, arqueológicos, históricos y de cultura local, regional o nacional. Los seguros también pueden cubrir los gastos médicos y de atención a los turistas, así como los costos de cancelaciones, de incumplimiento de contratos entre otros.

A modo de conclusiones, lo planteado hasta aquí define la necesidad que cualquier acción que se diseñe en función de lograr la sostenibilidad del turismo debe tener en cuenta tres salidas importantes, el conocimiento que permite minimizar las incertidumbre asociadas a las vulnerabilidades que actúan como barreras u obstáculos para el desarrollo del turismo potenciando los niveles de gestión y a su vez influyendo en la definición de actitudes éticas consecuentes con los principios del turismo sostenible para el desarrollo.

Bibliografía

1. Bollin, C. (2010). Incorporar la gestión de riesgo en el desarrollo territorial. Corporación alemana al desarrollo -GTZ. Lima. Perú.
2. Beck, U. (s/f). La Sociedad del Riesgo
3. CARE_PERU, (2008) Manual para la gestión de riesgos ambientales. CARE. Org. Perú
4. Cáritas del Perú. (2009). Gestión del riesgo de desastres en el desarrollo local. Lima. Perú.
5. Castellanos, M. (2009). Integración de la dimensión ambiental a la planificación del desarrollo. Revista Cub@:Medio ambiente y desarrollo. Consultada 25/septiembre/2012.pag 38.46
6. Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Facultad de Economía. (2007). Manual técnico estudio de riesgos ambientales. Santiago de Chile
7. Coy, M.(2010) Los estudios del riesgo y de la vulnerabilidad desde la geografía humana. Su relevancia para América latina.InstitutfürGeographie, UniversitätInnsbruck.
8. Luhmann, N. Sociología del Riesgo
9. Pérez F, A.S. (2014). La gestión de riesgos ambientales en las estrategias del DL. Tesis doctorado. Universidad Camagüey.

DIAGNÓSTICO DE LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL CANTÓN PORTOVIEJO, MANABÍ-ECUADOR

Dra. Mabel Font Aranda

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
mabelfont@yahoo.es o mabel.font@uleam.edu.ec

MSc. Luis Andrade Alcívar

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí
luisandrade70@hotmail.com

Resumen

La diversidad de factores y actores que involucra la actividad turística, exige que su desarrollo ocurra de forma integrada y considere las potencialidades de los diferentes entes participantes. Sobre esta base, el trabajo tiene como objetivo diagnosticar el estado actual de las alianzas estratégicas entre prestadores de servicios turísticos, como base para la planificación en el Cantón Portoviejo. Se emplearon métodos y técnicas como análisis y síntesis, comparación, modelación, revisión bibliográfica y de documentos oficiales, observación científica, encuestas, entrevistas, lluvia de ideas. La información primaria fue procesada mediante los programas SPSS y Excel para obtener la estadística descriptiva, que expresa los principales resultados de la investigación. Si bien, se evidencia el reconocimiento de los prestadores de servicios turísticos, por el desarrollo de alianzas estratégicas, también hay reservas, carencia de predisposición y celos para llegar a consenso.

Palabras clave

Turismo, planificación turística, alianzas estratégicas, diagnóstico

Introducción

Las alianzas estratégicas constituyen una herramienta crucial en el movimiento de esfuerzos, porque expresan acuerdos cooperativos entre empresas para alcanzar determinados beneficios, en particular para las Mipymes tienen importancia crucial. En el turismo, las alianzas adquieren gran connotación, por la necesidad de integrar a todos los involucrados en la actividad, con el fin de hacer más eficiente el cumplimiento de los objetivos asumidos por las partes, propiciar impactos positivos en los sectores, espacios y territorios donde operan y contribuir al desarrollo de un turismo sostenible, con incidencia socioeconómica local. Enfatizan a favor de lo antes señalado, autores como: Fiszbein, & Lowden, 1999; Casado, 2007; Arbaiza, 2011; Bertranou, 2011; Del Prado, 2011; Demirag, et al., 2011; Ramiro, 2012; Aguilar, Cabral, Alvarado, A., Alvarado, T. y De León, 2013; Engel, Fischer, and Galetovic, 2013; Pavón, 2016; Font, Salas, Andrade, Peñate, 2017.

En Ecuador las Mipymes garantizan numerosos servicios turísticos, relacionados con alojamiento, alimentos y bebidas, recreación, agencias de viajes, transportistas, eventos, entre otros, gestionados de forma privada y originados en las comunidades.

Una entrevista exploratoria realizada a la asistente de la Directora del Departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón Portoviejo, de la provincia Manabí- Ecuador plantea que: el sector turístico no solo lo forma el ente público, si no que el componente mayor proviene de la parte privada, por ende, la importancia que tienen las alianzas público – privadas para el desarrollo de la actividad turística. Acota que es realmente difícil realizar alianzas con el sector privado, y los convenios han sido limitados porque las administraciones anteriores no apostaban al turismo. Asevera, está ocurriendo el despegue de las alianzas entre el sector público con el sector privado. Sin embargo, aunque la administración pública, considera 90% de aceptación, el intercambio con algunos pequeños empresarios arroja criterios cuestionables.

Los pequeños empresarios entrevistados aleatoriamente en distintos lugares del cantón, califican el proceso como escabroso, donde se exigen múltiples requisitos para obtener beneficios de las alianzas con el sector público. Piensan que tal situación causa freno al desarrollo turístico, y la desmotivación para la creación de pequeñas y medianas empresas prestadoras de servicios.

Los síntomas descritos, se traducen en la necesidad de mayores esfuerzos para obtener resultados, y no se suplen las carencias de las partes involucradas, aun existiendo potencial, el insuficiente apoyo en materia de recursos y capacidades, exige mayor tiempo para el logro de los resultados. El esclarecimiento de los intereses, percepciones, disposiciones para hacer alianzas entre empresas o entre el sector público y privado es esencial en el proceso de planificación turística del cantón Portoviejo. Entonces se formula el siguiente problema científico: ¿Cuáles son los aspectos que caracterizan el estado actual de las alianzas estratégicas en el cantón Portoviejo que sirven de base a la planificación turística? La interrogante se responde al dar cumplimiento al objetivo general: Diagnosticar el estado actual de las alianzas estratégicas como base para la planificación turística en el Cantón Portoviejo.

Desarrollo

La figura 1, refleja la concepción investigativa de partida. Los territorios poseen diferentes ofertas y servicios turísticos que deben estar acoplados a las políticas nacionales y locales. Los gestores y actores públicos y privados, son los responsables de las funciones socioeconómicas y del cumplimiento de los objetivos propuestos. Las carencias y necesidades de ambas partes deben ser suplidas a través de las alianzas estratégicas, pero para su consumación práctica, pasan por el prisma de la percepción y predisposición, cuando estas fallan en lugar de acoples surgen contradicciones y conflictos que obstruyen la gestión integrada y participativa, en este particular, para el desarrollo turístico local (Font y otros, 2017).

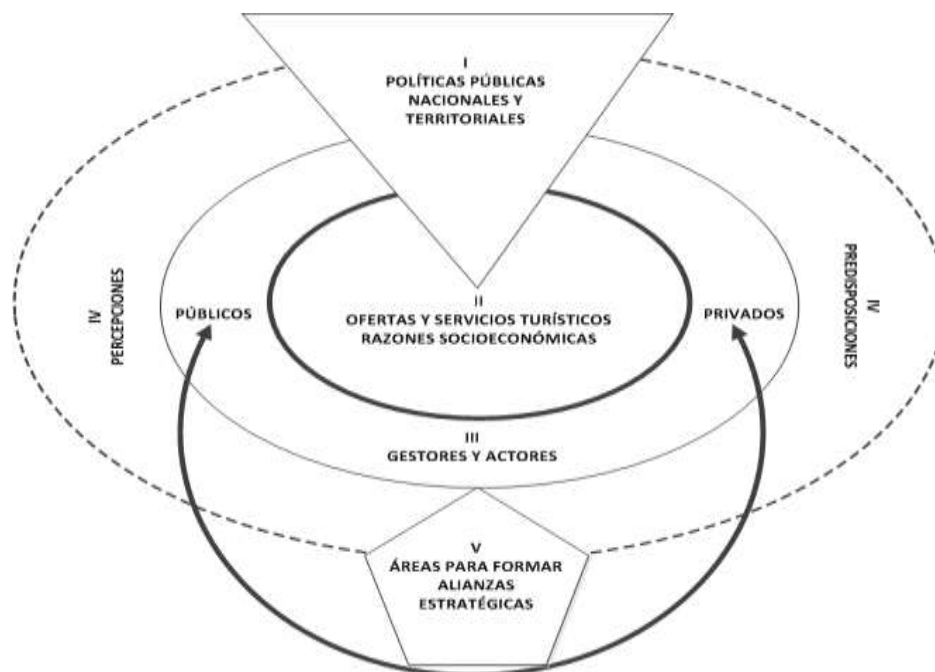


Figura 1. Concepción teórico investigativa. Fuente. Font, Salas, Andrade, Peñate, 2017.

Metodología utilizada

Para el desarrollo del diagnóstico se siguen los siguientes pasos, expresados en la tabla 1, y que partiendo del trabajo antes citado, se incorporan o sustituyen otros métodos, técnicas y herramientas.

Tabla 1. Pasos, métodos, técnicas y herramientas del procedimiento.

PASOS	MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
1- Caracterización general del Cantón	Revisión y análisis de documentos oficiales y bibliografía
2- Análisis de las políticas	Entrevista, revisión de documentos oficiales, tablas y figuras
3- Mapeo e identificación de actores	Investigación de campo, ficha de caracterización de actores focales
4- Identificación de interés para formar alianzas	Entrevista, encuesta, estadística descriptiva, procesada mediante SPSS y Excel.
5- Determinación de las áreas para formar alianzas	Ficha técnica, tormenta de ideas, procesadas mediante SPSS y Excel.

Fuente: Modificado de Font, Salas, Andrade, Peñate, 2017.

La caracterización general del cantón Portoviejo se realizó luego de determinar un plan tipo y el diseño de una ficha dividida en aspectos naturales, socioeconómicos y culturales. Se consultó el Plan de Desarrollo de Portoviejo, (GAD Portoviejo, 2015), documentos oficiales aportados por el GAD del Cantón Portoviejo y al Ministerio de Turismo, también se realizó trabajo de campo.

La revisión de documentos oficiales como Plan Nacional para el Buen Vivir, 2013- 2017, Reglamento General a la Ley de Turismo, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador (PIMTE 2014), permiten comprender las políticas en el ámbito del diagnóstico.

Del Ministerio de Turismo en Portoviejo se obtuvo un listado de los establecimientos relacionados con la actividad turística y que operan actualmente en el cantón, el Catastro de Prestadores de Servicios Turístico Pos-terremoto del 16 de abril de 2016, el cual ayudó a tener una idea clara de los actores involucrados y los posibles aliados.

Para la identificación de intereses para formar alianzas, se seleccionó una muestra, de 60 empresarios turísticos, a partir de una población de 559, un nivel de confianza de 90% y 10 % de error máximo, considerando además la asequibilidad y representatividad geográfica en distintas ubicaciones del cantón.

Mediante lluvia de ideas y entrevista se determinan aquellas áreas factibles de formar alianzas y de mayor conceso. Se realizó la siguiente pregunta a los empresarios ¿Cuáles son sus necesidad estratégicas para la conformación de alianzas estratégicas con los demás prestadores de servicios turísticos?

Análisis de los resultados

1-Characterización general del Cantón Portoviejo

El cantón Portoviejo se ubica en la porción centro sur de la provincia Manabí (Figura 2), y representa la capital provincial, fundada el 12 de marzo de 1535.



Figura 2. Cantón Portoviejo
Fuente: GAG Portoviejo, 2015

El territorio tiene una extensión de 967 53 km² y se pueden encontrar alturas entre 0 y 635 msnm, se aprecia un relieve de colinas con altitud variable hasta llanuras costeras. La geología diversa, está representada por areniscas color gris azulado con abundantes fósiles, areniscas de grano fino a medio descansando sobre un conglomerado basal, afloramientos de lutitas a veces intercaladas con yeso, tobas calcáreas o arenáceas, lama endurecida tobácea, lava en almohadilla de color verde, depósitos aluviales y fluvio-marinos, entre otros, que se distribuyen en diferentes formaciones geológicas.

La **geología** y el **relieve** inciden en los tipos de **suelos**, las características de las **temperaturas** (24°C promedio y máximas de 36 °C) y **precipitaciones** (entre 500mm y 823 mm, en años menos o más secos), la **hidrografía** (Se destacan río Portoviejo y río Chico con sus afluentes), los rasgos de la **flora - vegetación y fauna – mundo animal** y la combinación de los **paisajes**, asociados a climas de tipo tropical más seco en la medida que se acerque a la costa o más húmedo si se aleja.

En correspondencia con lo antes señalado, cerca de 50 % del territorio se conserva y protege, 18 % se destina a labores o prácticas agrícolas y pecuarias, que muestran un crecimiento, el resto de la superficie del cantón se destina a otros usos.

Portoviejo cuenta con una variedad de ecosistemas y zonas con prioridades de conservación Alta (GAD Portoviejo, 2015:26) como: Bosque Tropical Seco de sabana. (Jaramijó, Portoviejo, Montecristi) Reserva Armada del Ecuador (10000ha), Bosque Protector Húmedo nublado (Patrimonio Cultural del Estado) del cerro de Guayabal-Jaboncillo (1343 ha), Bosque de Poza Honda colindante con la Parroquia San Plácido (530 ha), Bosque protector colinas de Portoviejo (300ha), Reserva Ecológica Manglar la Boca parroquia Crucita 58 ha. La fauna representada por variedades de roedores, aves y mamíferos superiores algunos en peligro de extinción.

Desde el punto de vista socioeconómico, el cantón Portoviejo, tiene una cantidad proyectada de habitantes en 2014 de 304 227 y 319 185 en 2019 (GAD Portoviejo, 2015) de ellos 50.7 % son mujeres. Además se caracteriza por ser una población predominantemente joven, el grupo de 1 a 14 años representa 30 %. El nivel de instrucción es 57 % primario y secundario. La mayor cantidad y densidad de habitantes se concentra en las parroquias urbanas (9), de un total de 16 (Clasificador Geográfico Estadístico del INEC, 2017). El cantón Portoviejo reúne principales servicios de salud y educación en la provincia Manabí, además de instancias gubernamentales, en ocasiones compartida su significancia con el cantón Manta.

Servicios básicos como agua potable se obtiene de acueducto y pozos, 50 % de las viviendas están conectadas a red pública de alcantarillado y la eliminación de la basura se realiza a través del carro recolector en un 79 %. Más de 90 % de la población cantonal tiene acceso a alguna fuente de energía.

La actividad turística se sostiene en la presencia de diferentes atractivos turísticos como: Cascada de Mancha Grande, Cascada del Cuchucho, Playas de Portoviejo (Crucita, La Boca, Las Gilces, Los Ranchos, Los Arenales), Jardín Botánico, Parque Ecológico Mamey, Museo Histórico Portoviejo, Zona arqueológica Cerro Jaboncillo, Monumento Inti Raymi, Iglesia la Merced, Iglesia la Catedral Metropolitana, Plaza Eloy Alfaro, Parque Central Vicente Amador Flor, Agrupaciones Culturales – Etnográficos, Artesanías,

Gastronomía, Pesca artesanal- Crucita, Acontecimiento programado alrededor de la Fundación de Portoviejo, Fiesta de la Independencia de Portoviejo, Fiestas Patronales y/o Religiosas, Verbena en el Parque Central, Feria Universitaria.

El escenario descrito anteriormente es idóneo para el desarrollo de la actividad turística y para la proliferación de diferentes negocios que garanticen la permanencia del turista y visitante. En tal sentido la tabla 2, muestra el número de establecimientos según actividades vinculadas al turismo.

Tabla 2. Número de establecimientos por actividades vinculadas al turismo

Actividades	Número de establecimientos
Agencias de viajes	23
Bares y discotecas	10
Alimentos y bebidas	226
Alojamiento	42
Sala de recepciones y banquetes/termas y balnearios	22
Otros: transportistas de turismo, artesanos, etc.	236
Total establecimientos turísticos en el catastro del cantón Portoviejo Diciembre de 2016.	559

Fuente. Catastro de prestadores de Servicios Turísticos del Cantón Portoviejo, septiembre 2016. Fuente: MINTUR

2- Análisis de las políticas

En el Plan Nacional para el Buen Vivir los aspectos que tienen relación con la proliferación de las Mipymes y las alianzas estratégicas con el sector público, evidencian los desafíos y oportunidades para el cambio, se contempla como alternativa el establecimiento de alianzas con el sector privado y el sector popular solidario para la prestación de servicios públicos que respondan a criterios de cobertura y calidad. También, se impulsan alianzas multisectoriales para la elaboración de estrategias de seguridad vial (Senplades, 2013).

En el objetivo 8, el énfasis del desarrollo de las alianzas estratégicas está en la inversión extranjera que contribuya al desarrollo endógeno del país, esto está en consonancia con la Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera. Aunque las Mipymes juegan un papel trascendental en la economía ecuatoriana y sostiene el predominio de las ofertas y servicios, en particular de la actividad turística, es limitado su espacio en el Plan Nacional para el Buen Vivir.

El Reglamento General a la Ley de Turismo establece los procedimientos esenciales y la actualización general de las normas jurídicas secundarias del sector turístico, las funciones y atribuciones del MINTUR. Respecto a la temática que se investiga tienen crucial interés el Capítulo V. De los Comités de Turismo, en particular si se hace alusión a que funcionan cuando sea necesario por exigencia del ente público o el sector privado. Igualmente en el documento se declaran las actividades turísticas y todo lo concerniente a su operación desde el punto de vista legal, se declaran como tal: a) Alojamiento; b) Servicio de alimentos y bebidas; c) Transportación, dedica principalmente al turismo;

inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y, f) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

El Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador (PIMTE 2014) no hace alusión a las Mipymes, ni a la necesidad de alianzas estratégicas pública privadas. Sin embargo, el Plan Estratégico Institucional 2014 – 2017 del MINTUR (2015b) incluye como Objetivo Estratégico Institucional 1: Incrementar la oferta de servicios turísticos de calidad a nivel nacional; declara explícitamente en la primera estrategia: Incentivar articulaciones con instituciones públicas y privadas que brinden seguridad y satisfacción al turista. Asimismo, en la estrategia novena se refiere “Promover la asociatividad y emprendimientos turísticos”.

En Ecuador casi la totalidad de las ofertas y servicios turísticos son prestados por empresas privadas, el sector público tiene una función de control y coordinación, por eso el resto de los objetivos institucionales, estrategias e indicadores también tienen relación con la Mipymes vinculadas al turismo y a las alianzas.

3- Mapeo e identificación de actores

Los grupos de actores o posibles aliados para la conformación de alianzas estratégicas, se muestran en la figura 3.

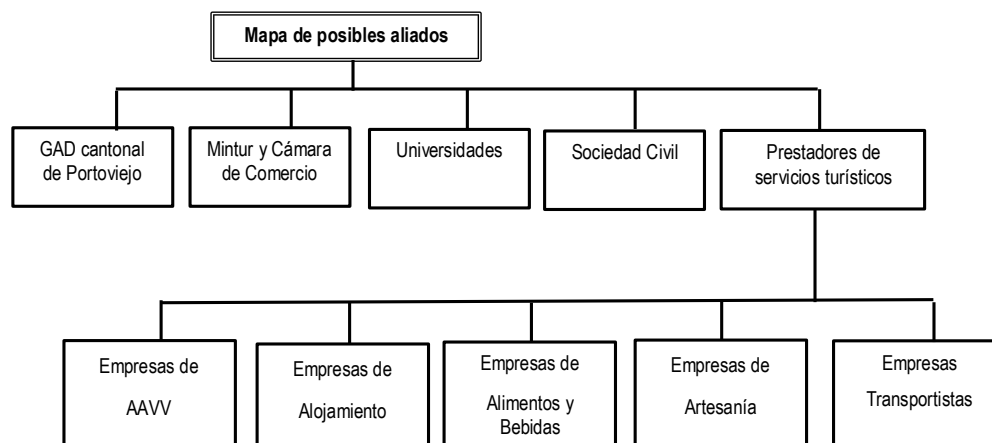


Figura 3. Posibles aliados.

Fuente. Elaboración propia.

4- Identificación de interés para formar alianzas

Se encuestaron 60 prestadores de servicios, dueños de negocios o administrativos, conforme las actividades (tabla 2) y la ubicación en el cantón. Las respuestas no evidencian diferencias significativas en cuanto a estos aspectos. No obstante las mujeres

son menos reticentes en las respuestas y valoran en sentido más positivo la necesidad de aliarse.

El conocimiento sobre el significado de alianzas estratégicas es proporcional en las categorías Nada, Casi nada, Algo y Suficiente. Casi nada y Algo representan 30 % respectivamente.

En las condiciones actuales de la política económica y social del país, valoran el hecho de poder establecer alianzas estratégicas entre prestadores de servicios turísticos públicos y privados predominantemente como Deficiente (28,3%) y Regular (36,7%) un porcentaje no despreciable, 23,3 se inclina por Bueno.

Respecto a cómo sería el desempeño de la empresa que son dueños o administran, al aliarse con demás prestadores de servicios turísticos; 38,3% piensa que Mejor, pero el mayor porcentaje considera que Igual (38,3%) o Peor (16,13%), estos resultados denotan, falta de confianza en el desarrollo de alianzas estratégicas y cierto individualismo para continuar el negocio.

La valoración respecto al fomento de alianzas estratégicas para potenciar el desarrollo turístico local igualmente es fraccionada, los mayores resultados se inclinan hacia Regular (36,7%) y Bueno (30%), mientras una quinta parte, sostiene el escepticismo hacia el trabajo en contubernio.

Contradictoriamente con las respuestas anteriores, a la pregunta sobre Cuál es la disposición para aliarse, las categorías más señaladas fueron Ni de acuerdo ni desacuerdo (41,7 %) y De acuerdo (36 %), como lo muestra la figura 4.

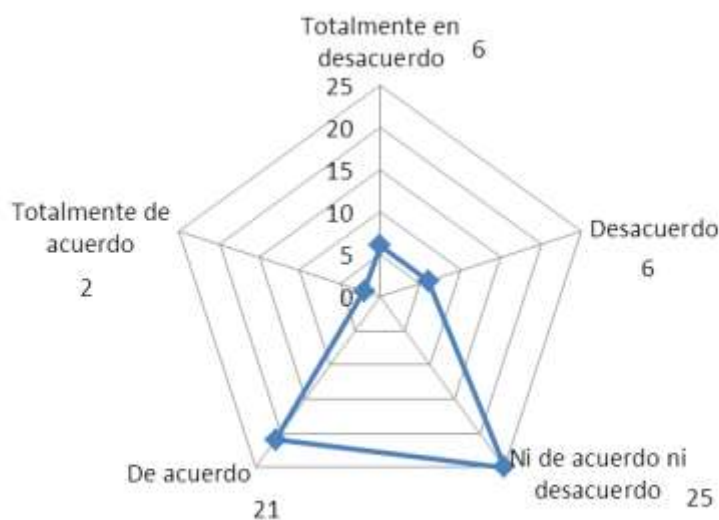


Figura 4. Disposición para formar alianzas estratégicas

Como los cuestionarios fueron aplicados de forma personal y existió intercambio con los participantes, fue posible observar las expresiones y evaluar las maneras de proyectar las respuestas, sin interceder en las decisiones. Durante la aplicación del cuestionario, los

encuestados se mostraron desconfiados, circunspectos y evasivos hacia el desarrollo de alianzas estratégicas. También lo corrobora la entrevista previa y descrita en la introducción del trabajo " Los pequeños empresarios entrevistados aleatoriamente en distintos lugares del cantón, califican el proceso como escabroso, donde se exigen múltiples requisitos para obtener beneficios de las alianzas con el sector público. Piensan que tal situación causa freno al desarrollo turístico, y la desmotivación para la creación de pequeñas y medianas empresas prestadoras de servicios".

Corresponde a los líderes parroquiales, GAD y Ministerio de Turismo incentivar el desarrollo de alianzas estratégicas confiables y evidenciar la importancia que estas tienen para el turismo.

Las universidades tienen una función instructiva y la misión de generar desde la academia, alternativas direccionadas a despertar el interés de los empresarios hacia la conformación de alianzas para prestar un mejor servicio al turista y visitante.

5- Determinación de las áreas para formar alianzas

Una lista de 86 ideas, expresaron los prestadores de servicios turísticos, posteriormente agrupadas. La tabla 3 sintetiza la cantidad y porcentaje de los criterios según áreas para hacer alianzas.

Tabla 3. Cantidad de criterios según áreas para aliarse

Áreas	Cantidad de criterios asociados	Porcentaje
1- Mejora en la prestación del servicio.	35	40,70
2- Promoción de los productos que ofertan	21	24,42
3- Generación de ingresos económicos	14	16,28
4- Respecto a la comunicación entre prestadores	12	13,95
5-Innovación	4	4,65
Total	66	100,00

Fuente. Elaboración propia.

La mejora del servicio hace alusión a Potenciar desarrollo turístico y los atractivos, participación equitativa de cada uno de los miembros, la inclusión en la participación de varios actores en el mercado turístico, creación de convenios con renovaciones anuales, fortalecer el contacto posventa de los servicios, lograr un objetivo de beneficio mutuo, establecer los parámetros de las alianzas, fomentar paquetes turísticos que incluyan más servicios, entre otros.

La generación de ingresos económicos se asocia con una empresa más competitiva

Acerca de la promoción de los productos que ofertan refieren un mayor número de clientes y mejora en la publicidad, disminuir los costos de operaciones de marketing, desarrollar necesidades del mercado y ampliar los canales de distribución para fortalecer la divulgación de los servicios complementarios.

Respecto a la comunicación entre prestadores citan, el conocimiento de los aliados con que socializar, aporte de todos los socios en las alianzas, la unión entre empresas, trabajar por el bien común.

5-Innovación respecto a la diversificación de la oferta, la creatividad y diferenciación.

Conclusiones

El desarrollo de alianzas estratégicas es necesario para la actividad turística, porque es un instrumento para mitigar y compartir riesgos, costos y recursos en la mejora de productos y servicios.

Las políticas gubernamentales nacionales y del cantón Portoviejo favorecen al desarrollo de las alianzas estratégicas en el ámbito de la actividad turística, no obstante los empresarios, la consideran predominantemente regular o deficiente si son público - privadas.

La disposición e interés de los empresarios turísticos para formar alianzas y otros aspectos afines, refleja posiciones diversas, pero intermedias (3) en porcentaje mayor, marcado por la incertidumbre y falta de confianza.

Los prestadores de servicios turísticos consideran en igual proporción (38 por ciento) mejor o igual la incidencia de aliarse para su empresa y de forma similar para el desarrollo turístico local.

Las áreas acerca de las que necesitan formar alianzas público privadas los empresarios están relacionadas con la mejora de servicios, promoción, ingresos económicos, comunicación e innovación.

Los resultados del diagnóstico evidencian que los procesos de planificación turística, deben comenzar por trazar acciones para incentivar el trabajo integrado entre actores y gestores, de modo que se rescate la confianza para el desarrollo de alianzas público – privadas.

Bibliografía

- Aguilar, A., Cabral A., Alvarado, A., Alvarado, T. y De León, G. (2013). Alianzas estratégicas y su aplicación a los agronegocios. Revista Mexicana de Agronegocios. Sexta Época. Año XVII. Volumen 33. Julio-diciembre del 2013.
- Arbaiza L. (2011) Alianzas estratégicas: instrumento de negociación y desarrollo sostenible mirado desde la perspectiva de la interculturalidad. Rev. esc.adm.neg. No. 70 Enero-Junio. Bogotá, Pp. 102-117.

- Bertranou, J. (2011) Estado y agencia público-privadas en la promoción del desarrollo productivo en la provincia de Mendoza. DAAPGE, año 11, N° 17, 2011, pp. 7-40. UNL, Santa Fe, Argentina.
- Casado, F. (2007). Alianzas Público Privadas para el Desarrollo, Documento de Trabajo N°9, Fundación Carolina CeALCI, Madrid, Recuperado de <http://www.fundacioncarolina.es>
- Del Prado, L. (2011) Alianzas estratégicas. Boletín de Lecturas Sociales y Económicas. UCA. FCSE. No.13. Resumen de libro "Strategic Alliances" de Michael Y. Yoshino & U. Srinivasa Rangan. Harvard Bussines School Press (1995).
- Demirag, I., Khadaroo, I., Stapleton, P., Stevenson, C., (2011). Risks and the financing of PPP: Perspectives from the financiers. The British Accounting Review 43 (2011) 294–310. Recuperado de: www.elsevier.com/locate/bar
- Engel, E., Fischer, R. and Galetovic, A. (2013). The basic Public Finance of Public-Private Partnerships. Journal of the European Economic Association 11(1), 83–11.
- Fiszbein, A. & Lowden, P. (1999). Trabajando Unidos para el Cambio: Alianzas Público-Privadas para la Reducción de la Pobreza en América Latina y el Caribe. Banco Mundial. Washington, D. C.
- Font Aranda. M., Salas Álvarez, W. T., Andrade Alcívar, L. D., Peñate Suárez, Y. 2017. Alianzas público privadas para el desarrollo turístico local. Visión comparada Cuba- Ecuador. Revista PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review Vol.6, N. 1, 62-91. Janeiro/Abril. 2017.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Portoviejo (GAD, Portoviejo). 2015. Diagnóstico por componentes ambiental, socio cultural, económico, institucional y diagnóstico integrado. GAD. Manabí, Ec.
- Gulati, R. (1998). Alliances and networks. Strategic Management Journal, Special Issue 19: 293–317.
- MINTUR (Ministerio de Turismo) (2014). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador (PIMTE, 2014 actualización), Quito: Autor.
- MINTUR. (2015a). Boletín de Estadísticas Turísticas, 2010-2014. Quito: Autor.
- MINTUR. (2015b). Plan Estratégico Institucional 2014 – 2017 (Actualización). Quito: Autor.
- Órgano del Gobierno de Ecuador. (2015). Ley orgánica de Incentivos para asociaciones público-privadas y la inversión extranjera. (2 Año III - N° 652). Quito: Autor.
- Pavón, L.I. (2016). Inclusión financiera de las pymes en el Ecuador y México. CEPAL. Serie financiamiento para el desarrollo No. 263. Naciones Unidas. ISSN 1564 - 4197 LC/L. 4269. Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40848/1/S1601083_es.pdf
- Ramiro, P., (2012). Alianzas público-privadas para el desarrollo: RSC y relaciones ONGD-empresas. Oñati Socio-legal Series [online], 2 (4), 196-210. Recuperado de: <http://ssrn.com/abstract=2083467>
- Registro Oficial (2008). Reglamento General a la Ley de Turismo. (Decreto Ejecutivo 1186 09-ene-2008). Quito: Autor.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades). (2013). Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Disponible en www.buenvivir.gob.ec, Quito: Autor.
- Vassallo, J. M. (2015) APP. Asociación público-privada en América Latina: Aprendiendo de la experiencia. (ISBN: 978-980-422-009-). Bogotá: Editor CAF.

ASPECTOS SOBRE CRECIMIENTO, DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD EN EL ECUADOR, 2006-2016

Solano, Javier¹;
Molina, María Paula²;
Terán, Daniel²

¹ *Docente Titular Auxiliar II, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en Economía y Dirección de Empresas; Ingeniero en Gestión Empresarial; mail: jsolano@umet.edu.ec*

² *Estudiante de Gestión Empresarial, Universidad Metropolitana Sede Machala;
mmolina@umet.edu.ec*

³ *Docente Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en Administración y Economía de la Empresa; Economista; mail: dteran@umet.edu.ec*

Resumen

A través del presente trabajo se revisa el crecimiento y desarrollo económico, además de la competitividad de la economía ecuatoriana en la última década. Se destaca que en términos de bienestar social, el Ecuador ha progresado mucho en este periodo, donde se han disminuido las brechas sociales y garantizado una base mínima en la prestación de servicios a los sectores más vulnerables, esto contrasta con la disminución en términos de percepción de la competitividad que muestra la economía al analizarlo con el índice de competitividad, esto se da porque por un lado se evidencia una fuerte inversión del sector público.

Palabras Claves: desarrollo económico, crecimiento económico, equidad

Introducción

A través del tiempo, Ecuador ha sufrido muchos altibajos en su economía, las razones han sido múltiples desde los cambios de gobierno hasta la volatilidad y dependencia de materias primas, que por su estructura económica, agroexportador, proveen de los mayores ingresos fiscales y privados; estos commodities son el petróleo, camarón, banano. Los efectos de este escenario se han podido suavizar por la relativa estabilidad política y macroeconomía que goza el Ecuador en la última década. En este sentido, es relevante determinar si las políticas y estrategias aplicadas han redundado el bienestar para las familias, y además que los cambios puedan ser sostenidos en el tiempo y generar incrementales en las diferentes variables que reflejen una economía con mayor bienestar social y menor desigualdad.

De la misma manera, las políticas económicas de la última década se las han presentado como dinamizadores de la producción, propiciadoras de la disminución de la pobreza, ampliadoras del acceso a la educación de calidad, y salud más integral y a la vez se establece la garantía de empleos más dignos, todo esto apalancado en el gasto público. El análisis que se realizó para identificar si lo anterior es certero, incluyó la revisión de ciertos indicadores macroeconómicos básicos, como el PIB per cápita, el IDH, e índice Gini, y los índice de competitividad.

Crecimiento y Desarrollo Económico

La economía no es más que ver la manera en la que la gente enfrenta la escasez de los recursos; con el supuesto de que el tiempo es limitado; por lo cual, las personas deben ingeniarse la forma en cómo hacer de estos pocos recursos, lo suficiente sustentables, para cubrir y satisfacer sus necesidades, que garanticen un estilo de vida cómodo. Uno de los preceptos básicas de la economía es el desarrollo, pero el desarrollo económico no es sinónimo de un simple crecimiento, sino más bien, de crecimiento sostenido y equilibrado, que posibilite aquel crecimiento pero, también, un reparto equitativo de los incrementos de la renta y la riqueza" (Tua Pereda, 2012).

El desarrollo económico, debe tener como meta dar soporte al desarrollo e igualdad de los países Latinoamericanos como también del Caribe, esto por medio de estrategias como el seguimiento metódico de políticas y cambios en las reformas de índole macroeconómicas, con una valoración en términos de la sustentabilidad, eficacia y equidad, como también el aporte, la creación y puesta en práctica de las nuevas políticas dictadas por los nuevos gobiernos. (CEPAL, 2016). Considerando que el desarrollo económico se enfoca netamente en el equilibrio y sustento en el tiempo, permitiendo que las personas dentro de una sociedad puedan cubrir y mantener una calidad de vida digna, en el Ecuador la principal estrategia adoptada para llegar a este estadio de equidad, ha sido la fuerte inversión pública en infraestructura y en el área social.

Una economía en desarrollo es aquella que posee un bajo ingreso per cápita, una débil institucionalidad, corrupción, conflictos sociales, y con frecuencia sufren de emigración por la falta de plazas de trabajos que permitan solventar las necesidades básicas de las familias, a su vez sus niveles de esperanza de vida son bajas producto de desnutrición, bajo acceso a la atención médica, extremados índices de pobreza. Varios autores describen algunos elementos que simbolizan los procesos de desarrollo en una línea favorable. Como primer elemento se encuentran los recursos humanos, para una economía con alto índice de pobreza es complicado superar estos rangos si sus tasas de natalidad aumentan a gran escala. A su vez el capital humano, que a pesar de desafiar los extremos niveles de crecimiento demográfico, las economías en desarrollo deben preocuparse por la calidad de vida de cada uno de sus habitantes. Otro punto importante son los recursos naturales los mismos que para un país en desarrollo son de gran importancia los cultivos agrícolas como también la utilización de técnicas óptimas para la conservación de la tierra, seguido por el capital el cual se refiere a la tasa de ahorro obtenida por una economía después de la inversión en los llamados bienes de capital y de infraestructura o capital social indirecto, en donde en el caso de las economías en desarrollo se obtiene muy poco ahorro o este a su vez puede resultar casi nulo debido a las inversiones necesarias que debe realizar, y en último punto La innovación y cambios tecnológicos que en los países en desarrollo corresponde a beneficiarse de los avances tecnológicos de los países desarrollados, pues esta ventaja la obtienen al no tener el papel de la creación de los mismos (Samuelson & Nordhaus, 2010).

La medición acerca del desarrollo de una economía se conceptualiza desde varios aspectos, no necesariamente sus recursos financieros son los que determinan su nivel de progreso más bien es la forma en cómo han manejado sus recursos para solucionar todo lo referente a salud, educación, vivienda, reducción de la pobreza, es decir, en calidad de vida de las personas. El Ecuador siendo un país en vías de desarrollo el gobierno debe priorizar su producción agrícola intensificando a esta, buscar nuevos productos para exportar y poner valor agregado a nuestras materias primas (cacao, café, banano, camarón, tagua, atún, madera, etc). La minería, industria textil, energía eléctrica, pesca artesanal, etc. Apostar por industrializarse, luchar contra los obstáculos que no le permiten avanzar... tales como evasión tributaria, contrabando, especulación de tierras, usura.

Medición del bienestar económico a través del PIB

El PIB es el valor total de todos los bienes y servicios finales producidos en una economía en un periodo determinado, que suele ser de un año (Krugman, Wells, & Graddy, 2015). Su clasificación está determinada por tres grupos: a) El PIB real, es la cifra total de los bienes y servicios producidos en una economía durante un año, tomando en consideración al precio como una constante y sobre determinado año base. El PIB nominal; es aquel que se calcula sin ajustar las variaciones de precios utilizando todos los precios del año en que se produce el output. Y por último el PIB per cápita; es el PIB promedio por persona que se obtiene, dividiendo el PIB entre el tamaño de la población (Krugman, Wells, & Graddy, 2015). b) El Producto Interno Bruto (PIB) considerado como una medida que da a conocer la prosperidad económica de una colectividad. Mide tanto el total de ingreso y de gasto en una economía en cuestión de bienes y gastos; y c) El llamado PIB per cápita indica el ingreso y el gasto de la persona dentro de la economía. Se invalida un poco esta afirmación ya que se discute en parte el

PIB como medida de bienestar, en algunas partes de la historia se ha llegado a determinar que el PIB no tiene en consideración temas como la salud y educación. ¿Cuál es la razón por la cual nos interesa tanto el PIB? Es quizás porque aunque no mida las variables que consideramos son las que hacen más factible la mejora y calidad de vida, puede medir las habilidades para obtener recursos tales que a su vez sí permiten hacer del tiempo de vida algo más duradero. (Mankiw, Principios de Economía, 2012).

Existe una estrecha relación en cuanto al crecimiento económico y a su vez del desarrollo humano. Conforme a lo descrito por el Banco Mundial Ecuador entre 2006 y 2014 tuvo un índice de crecimiento de su PIB en un 4,3% ya que para entonces los precios del petróleo como otros factores se mantenían altos. Por consiguiente con esto pudo afrontar una mayor cantidad para el gasto público en los distintos sectores del país (Banco Mundial, 2017).

El crecimiento del PIB para el Ecuador se dio gracias al auge petrolero vivido en esa época, ahora considerando que la economía del país depende en su mayor parte de los ingresos obtenidos de la venta del crudo lo cual debe ser considerado para un posterior análisis en épocas en que el crudo tenga una caída en su precio.

Medición más allá del bienestar económico, aproximación a través del IDH

Para Molina Salazar y Pascual García (2014) El Índice de Desarrollo Humano (IDH) se lo analiza desde la perspectiva social por cuanto permite realizar comparaciones sobre el acceso de las personas hacia elementos que les permitan cubrir sus necesidades básicas. Abarca temas como la calidad de vida de las personas en consideración de la salud, la medicina, tecnologías, innovación, ambientes, física y mental como también los ingresos percibidos. Permitiendo verificar los resultados de tal forma que determinemos si existe progreso o retroceso. En cuanto se debe aspirar a un estado de completo bienestar.

En lo referente a la medición del IDH existen organizaciones altamente reconocidas como el Programa de las Naciones Unidas (PNUD), este indicador se basa en lo descrito por el ganador al Premio Nobel de economía, Amartya Sen, donde toca tres puntos esenciales salud, educación, e ingresos. En el parametro de salud se fundamenta larga vida, y esperanza de vida desde el nacimiento. En cuanto a la educación factores relacionados a las tasas de alfabetización, tiempo contabilizado en los años establecidos de estudio obligatorios, así mismo para los ingresos se busca determinar y medir el ingreso nacional bruto per cápita. Como resultado de esto para el año 2012 el IDH de Ecuador se ubicaba dentro del grupo de nivel medio entre los países de América Latina (Mankiw, Macroeconomía Versión para América Latina, 2015).

La calidad de vida de las personas en un país donde su economía se encuentra en vías de desarrollo tal como lo es Ecuador determina la magnitud del cambio realizado. Los índices de pobreza han tenido una evolución significativa, tomando como punto inicial marzo 2007 con un porcentaje de pobreza extrema de 32.39% a marzo 2016 con un valor de 47.48% según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2016)

Bienestar social y la equidad del ingreso, que nos indica el Gini

Este coeficiente es una medida de concentración del ingreso entre los individuos de una región, en un determinado periodo. Mide el grado de desigualdad de la distribución del ingreso o la desigualdad de la riqueza de una región (Universidad ICESI Colombia, 2011). Mientras que a su vez el coeficiente de desigualdad de GINI disminuyó también de 0,54 a 0.47 esto a causa de que los sectores pobres del país crecieron de manera acelerada frente al ingreso promedio obtenido. (Banco Mundial, 2017).

No obstante el golpe que recibió Ecuador en el año 2016 con el terremoto de 7,8 en la escala de Richter del 16 de abril en parte de sus provincias costeras como Manabí y Esmeraldas, dejaron notar que esta zona fue severamente afectada. Lo que tuvo como consecuencia fue un aumento en el porcentaje de

desempleo urbano de 4,5 a 6,5, y el subempleo urbano aumentó de 11,7% a 18,8%. Los índices de desigualdad de Gini, tanto como la pobreza se demostró que no hubo cambio alguno. El gobierno ha tomado medidas que permitan subir los niveles de ingresos públicos, y reducir el porcentaje de importaciones, bajo estos lineamientos moderar efectos de precios, como también la ayuda necesaria para reconstruir las áreas afectadas por el terremoto. Enfrentándose así el Ecuador al reto de lograr encaminarse nuevamente hacia un crecimiento sostenible, dándole al sector privado una mayor participación, con la efectividad de políticas fiscales que le brinden seguridad y confianza para producir, lo cual diversificará la economía y brindará fuentes de empleo con el fin de reducir la pobreza, pasando de esta manera a segundo plano la inversión pública. (Banco Mundial, 2017).

Para promover el bienestar social como base fundamental para el desarrollo y crecimiento del país, el Ecuador apuesta con planes de desarrollo nacional que giran en torno al objetivo de garantizar el desarrollo en niños, jóvenes, personas con discapacidad y otros sectores vulnerables de la sociedad, mejorando su calidad de vida, incluyendo a los adultos mayores y erradicando todo tipo de violencia en la sociedad ecuatoriana por una mejora indiscutible en ese aspecto.

El Ecuador como un país en vías de desarrollo presenta características tales como los índices de pobreza, migración, problemas en el sector de salud y educación, por lo cual debe preocuparse por la calidad de vida de cada uno de sus habitantes. En el rango de años de estudio se ha podido determinar que el PIB ha tenido un crecimiento significativo gracias a una buena época para el petróleo. Para el análisis del índice de desarrollo humano, Ecuador en los últimos años se ha ubicado en América Latina dentro del rango de nivel medio lo cual es el resultado de los planes de gobierno enfocados en la salud, educación y tecnología.

Competitividad de la economía del Ecuador

Para el análisis de la competitividad en el Ecuador se tomará en cuenta la posición del país en el ranking del índice global de competitividad realizado por WEF en el año 2016, donde se realiza un análisis de los sectores que jugaron un rol más y menos importante dentro de los 12 pilares que lo conforman con base en los datos recopilados por dicha institución. Actualmente el Ecuador ocupa la posición 91 de un total de 138 países con un puntaje de 4.0 en una escala de 1.0 a 7.0 (siendo 1.0 el de menor calificación), como un dato comparativo, en el 2015 Ecuador estuvo en la posición 76 con un puntaje de 4.7. Se puede mencionar que se ha dado un mantenimiento del puntaje en cuatro subíndices:

- a) eficiencia del mercado de bienes,
- b) preparación tecnológica,
- c) educación superior y entrenamientos; y
- d) sofisticación de los negocios.

El primero de estos subíndices está relacionado al proyecto a cargo de la vicepresidencia de la república con respecto al cambio de la matriz productiva, en donde se promueve la tecnificación y producción sostenida de bienes (Revista Líderes, 2016). De igual manera el mejoramiento de la educación superior y entrenamiento ha dado, o más bien está dando sus frutos, ya que el gobierno central ha establecido regulaciones que exige a los docentes mayores niveles académicos, trabajos de investigación académica, escritura, doctorados, entre otros, lo cual eleva el nivel de exigencias a los estudiantes y también permite al país tener un mayor reconocimiento académico en el campo de la investigación superior.

Haber perdido 15 puestos con respecto a la calificación del periodo anterior (2015-2016), representa para el Ecuador un fuerte impacto para su imagen a nivel mundial, ya que si bien es cierto varios países tenían poca diferencia con Ecuador, un pequeño cambio en su situación podía traer cambios significativos en el ranking, y fue lo que efectivamente sucedió (Wong, 2016).

Uno de los principales acontecimientos que afectó al país fue el terremoto que tuvo como epicentro a la provincia de Manabí en abril pasado, de la mano de los cambios que se han dado en el entorno macroeconómico a nivel de América Latina, en donde prácticamente se acabó el auge o súper ciclo de los llamados commodities (materias primas), que se ha venido dando desde el año 2000 por la presencia de nuevos actores como China, sin embargo dicho país u otros como Estados Unidos o la Unión Europea han bajado las importaciones de materias primas por el decrecimiento de la demanda en sus países, así también por el alto grado de incertidumbre con la inflación y los tipos de cambio y una balanza de comercio negativa para la región (Revista Líderes, 2016).

Otro de los pilares que no ha tenido ninguna mejora es el relacionado con la innovación, el cual entra dentro del plan de mejoras estratégicas que el gobierno plantea con insistencia, pero que al final del día ni el sector público ni el sector privado destinan los recursos económicos suficientes para que salga a flote, por lo que sigue siendo considerado como una de las mejoras que se debe realizar en el país de cara a futuro.

Como se mencionó anteriormente la encuesta de EOE, desempeña un rol transcendental dentro del cálculo del índice, ya que básicamente es conocer la perspectiva del sector empresarial acerca de lo que viven sus empresas frente a las diferentes decisiones de gobierno y del macro entorno en el cual se desenvuelven (Wong, 2009), para lo cual se concluye que para el periodo en curso son tres los factores que más alertan al sector empresarial: en primer lugar se encuentran las políticas laborales restrictivas y proteccionistas (protección para el empleado), que tensionan con mayor fuerza la relación entre patrono y subordinado ya que implica el pago de un sin número de beneficios laborales que representan grandes desembolsos de dinero para los empleadores, por citar varios ejemplos se puede mencionar la eliminación del contrato a un año plazo, la imposibilidad de realizar contratación por horas o las altas indemnizaciones por despido o renuncia voluntaria.

Conclusión

Se presenta un breve bosquejo de como el Ecuador ha evolucionado en la última década, contraponiendo el PIB per cápita, el IDH y el indicador Gini, donde se refleja que en todos los indicadores el país ha mejorado, pero existe indicios de que la sostenibilidad puede verse afectada por si se modifican políticas acertadas como la atención a sectores vulnerables, universalización de servicios de salud, ampliación de acceso a educación; por otra parte sustentar el crecimiento en el impulso del gasto público, involucra concentrar demasiado el riesgo en un solo actor, el estado, en lugar de distribuir el riesgo en varios actores, los empresarios, de tal forma que ante golpes externos, y variación pronunciada de condiciones externas. En relación a la competitividad se destaca que si bien hay un crecimiento de en los indicadores sociales, en términos de facilidades que el país brida al inversionista nacionales y extranjeros, el desempleo del país ha ido disminuyendo al considerar el índice de competitividad, este es otro indicio que refleja una concentración de inversión a nivel público y está dejando de la lado en papel del inversionista privado.

Referencias

- Banco Mundial. (11 de abril de 2017). *Banco Mundial BIRF-AIF*. Recuperado el 15 de junio de 2017, de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>
- CEPAL. (2016). *Naciones Unidas CEPAL*. Recuperado el 15 de junio de 2017, de <http://www.cepal.org/es/areas-de-trabajo/desarrollo-economico>

- INEC. (marzo de 2016). *Ecuador en Cifras*. Recuperado el 17 de junio de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Marzo_2016/Informe%20pobreza-mar16.pdf
- Krugman, P., Wells, R., & Graddy, K. (2015). *Fundamentos de Economía* (Tercera Edición ed.). Barcelona, España : Editorial Reverté S.A.
- Mankiw, N. G. (2012). *Principios de Economía* (Sexta Edición ed.). México D.F: Cengage Learning .
- Mankiw, N. G. (2015). *Macroeconomía Versión para América Latina* (Sexta Edición ed.). México D.F, México: Cengage Learning.
- Molina Salazar, M. E., & Pascual García, J. M. (2014). El Índice de Desarrollo Humano como Indicador Social. *Nómadás. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 44(4), 17. Recuperado el 10 de 06 de 2017, de <http://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/view/49298>
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economía con aplicaciones a Latinoamérica*. México D.F, México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Tua Pereda, J. (2012). Contabilidad y desarrollo económico. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 7(13), 94-110.
- Universidad ICESI Colombia. (2011). Recuperado el 15 de 06 de 2017, de <http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/coeficiente-gini.pdf>

CULTURA ORGANIZACIONAL Y RENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA PYME TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE EL ORO

Uzcátegui, Carolina¹
Solano, Javier²
Matute, Gianella³

¹

Docente Titular Auxiliar I, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en Gestión Empresarial; Ingeniera Empresarial; e-mail: cuzcategui@umet.edu.ec

² Docente Titular Auxiliar II, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en Economía y Dirección de Empresas; Ingeniero en Gestión Empresarial; e-mail: jsolano@umet.edu.ec

³ Estudiante de Gestión Empresarial, Universidad Metropolitana Sede Machala; e-mail: kmatute@umet.edu.ec

Resumen

Se presenta un breve bosquejo de la situación actual de la pyme turística en el contexto de la Provincia de El Oro, además de mostrar el sustento teórico de cultura organizacional y rendimiento empresarial, donde finalmente se establece que el modelo de Quinn (1988) y Quinn (1983) respectivamente, brindan el marco metodológico compatible para la ejecución del diagnóstico de ambos conceptos.

Palabras claves: cultura organizacional, rendimiento empresarial, pyme turística

Introducción

Las pymes turísticas en el territorio ecuatoriano ocupan un lugar significativamente relevante en la economía del país, pues contribuyen principalmente en la generación de fuentes de empleo, la relevancia de estas organizaciones recae en la capacidad que poseen de darle un valor competente a la sociedad en relación a la producción y suficiencia organizacional que éstas poseen.

De acuerdo con datos del SNM (2011), la estructura organizacional del Ecuador se encuentra dividida en tres sectores principales: primario, secundario y terciario. Concretamente se establece que alrededor del 75,3% de organizaciones en la provincia de El Oro están dentro de los sectores denominados como pymes.

Según datos preliminares de la Encuesta de Viajes y Gasto en Feriados Nacionales, realizada por la Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo, un movimiento económico aproximado de 15,4 millones de dólares fue lo que representaron los más de 270.000 viajes, de los cuales Guayas obtuvo la mayor cantidad de visitas con un 16,7%; seguida de Santa Elena (9,1%), Manabí (9%), Tungurahua (8,1%), y Pichincha (7,1%).

El feriado benefició también a las compañías aéreas, ya que se registró una importante ocupación en los vuelos nacionales, alcanzado un promedio de 67,2%; siendo el primer día de feriado el que mayor ocupación alcanzó con un 73,2%. Mientras que Ferrocarriles del Ecuador tuvo un 61% de ocupación en los trenes turísticos.

El 20% de empresas de alojamiento de la zona 7 (Loja, El Oro, Zamora Chinchipe), han implementado facilidades para personas con discapacidad en sus establecimientos turísticos y los colaboradores y propietarios de los establecimientos turísticos han recibido capacitaciones para mejorar la calidad del servicio que prestan.

La balanza turística durante el período enero-septiembre de 2016 registró un saldo de USD 292 millones, siendo positiva por quinto año consecutivo. Es decir, por concepto turismo receptivo existió mayor ingreso que salida de divisas. En el tercer trimestre del 2016, con más de USD 1 075 millones en ingresos, el turismo continuó como la tercera fuente de ingresos no petroleros, detrás del banano y el camarón, contribuyendo de manera directa con el 2,1% del PIB nacional y de manera indirecta con el 5,1%, acorde a la información publicada por la WTTC (World Travel and Tourism Council).

Pyme hace referencia a las siglas de pequeña y mediana empresa, mismo que engloba a las entidades competentes y autosuficientes dedicadas a actividades relacionadas con el comercio y de servicios con el fin de obtener utilidades según el giro del negocio que éstos efectúen (Uzcátegui, 2015). Es así que, la estructuración de pequeñas y medianas empresas está diferenciada principalmente por el número de empleados y colaboradores que operen dentro de ellas, independientemente de la actividad de producción o de servicios que realicen.

Turismo en Ecuador

Ecuador es un país con una vasta e inigualable riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna. Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad por km² del mundo. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado. Así mismo, ofrece atractivos históricos como Quito, gastronómicos y una variedad de culturas y tradiciones. (Diario Opinión, 2016)

Tabla 1. Datos de los lugares turísticos más visitados de Ecuador

REGIÓN	PROVINCIA	LUGAR TURÍSTICO
Costa	Guayas	Malecón 2000
	Guayas	Catedral Metropolitana de Guayaquil
	Guayas	Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo
	Guayas	Montañita - Salinas
Sierra	Chimborazo	Tren de la Nariz del Diablo
	Chimborazo	Volcán Chimborazo
	Chimborazo - Tungurahua	Volcán Tungurahua
	Pichincha - Cotopaxi	Parque Nacional Cotopaxi
	Pichincha	Volcán Pichincha
	Azuay	Parque Nacional El Cajas
	Pichincha	El Panecillo
	Pichincha	Iglesia San Francisco
	Pichincha	Basílica del Voto Nacional
	Loja	Parque Nacional Podocarpus
	Cotopaxi	Parque Nacional Llanganates
	Pichincha	Ilaló
	Pichincha	Parque La Carolina
	Pichincha	Illiniza
	Pichincha	Catedral Metropolitana
	Pichincha	Mindo
	Tungurahua	Baños
	Pichincha	Termas de Papallacta
	Pichincha	Mitad del Mundo
	Azuay	Centro histórico
	Cotopaxi	Volcán y Laguna Quilotoa
Amazonía	Tena	Cavernas Jumandy
	Tena	Misahualli
	Tena	Las Islas del Amor
	Tena	Terere
	Puyo	Paseos Ecológicos en senderos
Insular	Galápagos	Isla Rábida
	Galápagos	Isla Genovesa
	Galápagos	Bahía Tortuga
	Galápagos	Estación Científica Charles Darwin

Fuente: Elaboración propia del autor.

Tabla 2. Datos de los lugares turísticos de la provincia de El Oro

LUGAR	ATRACCIÓN TURÍSTICA
El Progreso	Balneario Dos Bocas
Huizo y Casacay	Laguna del amor
Pasaje	La Cocha
Santa Rosa	Puerto Jelí
Santa Rosa	Isla Costa Rica
Santa Rosa	Isla San Gregorio o Isla Payana
Piñas	La Piedra
Piñas	El Cerro de Cristo
Piñas	Orquidiario
Piñas	Las Bateas (cascadas)
Piñas	Reserva Buenaventura (Jocotoco)
Piñas	El Chorro Viringo
Zaruma	Asentamientos Prehispánicos
Zaruma	Cascadas

Fuente: Elaboración propia del autor

Definición de cultura organizacional

Según (Pucallpa, 2012), la cultura organizacional es “la conciencia colectiva de una organización, en donde todas las personas de forma participativa establecen normas y valores que termina expresada en el comportamiento de todos los integrantes, busca sentido de pertenencia e identidad”. Por otra parte Pfister (2009), señala que la cultura organizacional es un patrón de supuestos básicos que un grupo ha inventado, descubierto o desarrollado para aprender a hacer frente a sus problemas de adaptación interna y externa, que se representa en un sistema de valores compartidos que definen las normas, comportamientos y actitudes, que guían a los empleados en la organización. Mientras que para Robbins y Judge (2009), en tanto indica que cultura organizacional es un “sistema de significado compartido por los miembros, el cual distingue a una organización de las demás.” Por lo tanto, se puede determinar que cultura organizacional, involucra un conjunto de preceptos utilizados por parte de quien hace parte de una empresa, con el fin de resolver problemas de la organización, además de indicar cómo debe ser el comportamiento de una persona o grupo de personas al momento de hacer frente a un desafío.

La operatividad de la cultura organizacional gira en torno a un conjunto de dimensiones que según Unipymes (2014), son: a) vinculación, donde se logra que un grupo que actúe mecánicamente en una función que normalmente, es una función operativa, entienda como contribuye a los resultados de la organización y así obtener un compromiso con los resultados de la empresa; b) des-obstaculización, que consiste en convertir el sentimiento agobiador de un proceso rutinario, en un sentimiento de contribución y utilidad a la compañía; c) compromiso, que establece que las necesidades sociales de los empleados están siendo atendidas por su trabajo, y así mismo se esta gozando de un satisfacción de la tarea cumplida, incrementando el espíritu de trabajo y de compromiso para con la compañía; d) Intimidad, que establece que los trabajadores gocen de relaciones sociales amistosas. Esta es una dimensión de satisfacción de necesidades sociales, no necesariamente asociada a la realización de la tarea. Laborar en un ambiente donde halla un ambiente cómodo y con la gente con que interactúa en su día a día; e) consideración, se define por las políticas de beneficios más flexibles para que los colaboradores encuentren un equilibrio entre sus demandas como profesional o como individuo; f) responsabilidad, entendido como el sentimiento de ser cada uno su propio jefe, no tener que estar consultando todas sus decisiones, cuando se tiene un trabajo que hacer, saber que es su trabajo; g) recompensa, es el reconocimiento por hacer por hacer bien su trabajo, se percibe equidad en las políticas de paga y promoción. El reconocimiento puede ser monetario o de reconocimiento social; h) cordialidad, es la pertenencia de grupos sociales amistosos e informales, en el grupo de trabajo; i) apoyo, ayuda percibida de los gerentes y otros empleados del grupo; énfasis en el apoyo mutuo, desde arriba y desde abajo; y j) transparencia, siendo el proceso de comunicación abierto accesible y a transparente para la compañía y los empleados.

En cambio, Kreitner (1997) plantea que la cultura organizacional tiene cuatro dimensiones, que implican: a) definir el comportamiento de los empleados y los aspectos que los ayuda a adaptarse a su ambiente de trabajo mejor; b) establecer una identidad única a los empleados de la organización; c) promover un sistema de estabilidad social y define estándares estrictos; y d) incentivar a los empleados a trabajar mejor. (Radović, 2012). Finalmente, de acuerdo a las definiciones anteriormente mencionadas se puede determinar que las funciones de la cultura organizacional son crear un buen clima laboral, incentivar a los empleados a trabajar con mayor rendimiento y actuar con responsabilidad en las tareas asignadas, estimular a los empleados para que se sientan parte importante de la empresa.

¿Cómo crear y mantener la cultura organizacional?

Escobar (2014), indica que se puede crear una cultura organizacional mediante el empoderamiento, el liderazgo positivo, la comunicación, gratitud, coherencia, asertividad y alineando la cultura empresarial con los procesos de enganche laboral. Mientras Plunkett (2013), señala que la cultura de una organización se crea de manera inicial, por medio del fundador de la empresa. Hill (2008) concuerdan con lo anterior, al explicar que la cultura organizacional se establece por medio del liderazgo del fundador, porque éste imprime sus propios valores en el estilo administrativo de la organización. Por lo tanto, por lo expuesto se resalta que la cultura organizacional se crea principalmente por el jefe/fundador de la compañía, quien establece y transmite los valores mediante la misión, visión y objetivos de la empresa, es quien debe dar el ejemplo a sus empleados de la cultura organizacional manteniendo una comunicación asertiva y respetando opiniones diferentes a la suya para evaluar y resolver los problemas que se presenten a futuro.

Para mantener la cultura organizacional los directivos y los equipos deben prestar atención, evaluar, controlar y reaccionar a los incidentes críticos y a las crisis organizacionales, modelar, enseñar y capacitar para las funciones administrativas y de equipos, selección, ascenso y despido de la organización (Amorós, 2007). Uno de los métodos más poderosos de mantener la cultura organizacional incluye los procesos y comportamientos a los que prestan atención los directivos y equipos, es decir, los acontecimientos que se observan y comentan. Resolver los asuntos en forma sistemática trasmite a los empleados señales poderosas sobre lo que es importante y lo que se espera de ellos.

Por otra parte, Lan (2012) indica que se debe pensar, hablar, definir y desarrollar continuamente la cultura que queremos crear para establecerla, manejar rigurosamente el ambiente conversacional, se debe tener coherencia entre lo que se dice y lo que se hace y por último tomarse más tiempo en contratar a los empleados, ya que además de las habilidades técnicas y la experiencia es necesario que las personas que se contraten sean filtradas respecto a su adecuación cultural con la empresa.

Analizando lo dicho por Amorós y Lan es importante mantener la cultura organizacional, por ello los líderes y sus subordinados deben examinar el ambiente laboral que se da en la empresa asegurándose que no existan problemas que puedan causar una crisis dentro de la misma, corregir si existe algún comportamiento erróneo haciendo respetar los valores establecidos al inicio y aumentar valores si éste fuera el caso.

Diagnóstico de la cultura organizacional

Una preocupación fundamental en la que parecen centrarse los objetivos prioritarios de las organizaciones, tanto públicas como privadas, ha sido desarrollar dos aspectos a partir de la cultura. Por un lado, se han concentrado en construir los mecanismos reductores de ansiedad que garanticen preservar el equilibrio y la estabilidad de los sistemas formales; por otro, los significados compartidos que cristalicen en la conducta deseada de sus miembros (Aguilar, 2009). Los escritos formales que abordan el tema de la Cultura Organizacional iniciaron gracias a Pettigrew en el año 1979, quien introdujo el concepto antropológico de “cultura” al campo organizacional, a partir de ahí otros autores añaden varias definiciones, sin embargo ésta tiene una permanencia en el tiempo por lo cual es relativa, ya que el individuo no sólo la aprende, internaliza y reafirma en su conducta, sino que además puede transformarla.

El cambio en la cultura es uno de los más difíciles de lograr ya que conlleva una transformación profunda que impacta a los valores, políticas, conductas y normas que la definen, por lo que se recomienda que deben iniciarse en las capas superiores de la estructura organizacional desplazándose hacia los niveles inferiores; apoyándose durante el proceso en los agentes de cambio quienes con su estilo de liderazgo facilitarán la recepción de dicho cambio en los equipos de trabajo (García, 2007).

El modelo de valores complementarios (Quinn, 1988), brinda una directriz sobre cómo se debe abordar metodológicamente el estudio de la cultura organizacional, este modelo indica que las organizaciones debe ser adaptables y flexibles y al mismo tiempo estables y controladas, cuenta con cuatro cuadrantes que se detallan a continuación (12 Manage, 2017): 1) Modelo de relaciones humanas, que se refiere a la flexibilidad y enfoque interno; 2) Modelo de sistemas abiertos, que se acentúa sobre la flexibilidad y el enfoque externo; 3) Modelo de objetivo racional, que recalca el control y un enfoque externo; 4) Modelo de proceso interno, que acentúa el control y enfoque interno.

Sobre la base de ese modelo emerge el modelo de cultura organizacional (Cameron y Quinn, 1999), donde se presenta un instrumento para la valoración de la cultura organizacional”, el cual distingue cuatro tipos de culturas dentro de una organización: a) clan; b) adhocrática; c) mercado; y d) jerarquía.”. Los cuatro tipos culturas son definidos por dos dimensiones, una de ellas refleja en qué medida la organización tiene una orientación hacia el control, la estabilidad y el orden, mientras que la segunda dimensión manifiesta la orientación hacia el interior o el exterior de la empresa. (Quinn & Cameron, 1983).

Según Vivanco, Florido & Franco (2010), en cualquier organización se encuentran rasgos de los cuatro tipos de cultura y frecuentemente existe un predominio de alguno o algunos de ellos. Además detallan que la cultura clan, es propia de empresas que buscan el control interno pero con flexibilidad preocupados por sus empleados y mostrando sensibilidad a los clientes; la cultura adhocrática, en tanto, se encuentra en aquellas empresas que se centran en aspectos externos pero buscando un alto grado de flexibilidad e innovación; la cultura mercado, aparece en aquellas organizaciones que se centran en el exterior pero necesitan control y estabilidad interna; y la cultura jerárquica se centra en aspectos internos requiriendo control y estabilidad.

Rendimiento empresarial

El rendimiento empresarial o productividad es la relación existente entre lo producido y los medios empleados, tales como mano de obra, materiales, energía, entre otros (Real Academia Española, 2014). También se indica que el rendimiento empresarial apunta de modo recurrente, a la necesidad de conjugar de modo equilibrado, los factores cuantitativos y cualitativos responsables por el incremento de la actividad empresarial (Curatolo, 2012). Factores cualitativos como la imagen, reputación y liderazgo de la empresa, por si solos, no permiten determinar la capacidad de la empresa para crear valor. Es necesario integrar de forma creativa y dinámica, factores cuantitativos como la contabilidad, finanzas y productividad, para que el rendimiento empresarial, cree valor tanto público como privado, para los accionistas de la empresa (Conde; López; & Sánchez, 2014).

Vivanco, Florido & Franco (2010) mencionan que el modelo de Quinn (1983) mide el rendimiento empresarial, de forma cualitativa, en base a su efectividad que considera cuatro líneas que se cruzan entre si logrando la efectividad empresarial. El rendimiento se mide bajo tres ejes, que son: a) enfoque de la organización; b) estructura organizacional; y c) medios y fines organizacionales (modelos de procesos internos, modelo de sistema abierto, modelo racional y modelo de relaciones humanas).

Conclusiones

En este trabajo se ha pretendido marcar el inicio de un proyecto más amplio, que como parte inicial se plantea el sustento teórico de cultura organizacional y rendimiento empresarial, además de señalar el conjunto de dimensiones que hacen y definen ambas variables. Metodológicamente para la medición de la cultura organizacional y rendimiento empresarial, se identifica que el Modelo de Quinn (1988) y Quinn (1983) respectivamente, brindan una directriz adecuada para el posterior diagnóstico de ambas variables en contexto

de la provincia de El Oro.

Agradecimiento:

El presente trabajo de investigación marca mi primer aproximación dentro de un proceso más amplio y complejo, el cual fue realizado bajo la directriz del Ing. Javier Solano, MSc., e Ing. Carolina Uzcátegui, MSc., a quienes, me gustaría expresar mi profundo agradecimiento, por brindarme la oportunidad de trabajar dentro el proyecto de investigación “Propuestas de mejora de la competitividad interna/empresarial de la provincia de El Oro”, de la Carrera Gestión Empresarial de la UMET, Sede Machala.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar, A. (09 de mayo de 2009). Recuperado el 20 de junio de 2017, de http://gmje.mty.itesm.mx/5el_diagnostico.pdf
- Amorós, E. (2007). Comportamiento Organizacional. Lambayeque, Perú.
- Conde, J. G., López-Valeiras, E., & Sánchez, M. B. G. (2014). Los sistemas de control de gestión como factores clave de éxito organizacional. Disponible en: http://www.uv.es/aico/documentosAICO/DOC_n%C2%BA1_FACTORES_CLAVE_DE_EXITO_ORGANIZACIONAL.pdf
- Curatolo, M. (29 de febrero de 2012). Liderazgo y Empresa. Recuperado el 20 de junio de 2017, de <http://www.liderazgoyempresa.com/organizacion/identificar-el-verdadero-rendimiento-empresarial-un-equilibrio-difícil-de-alcanzar>
- Escobar, P. (11 de octubre de 2014). Mprende. Recuperado el 19 de junio de 2019, de <http://mprende.co/gesti%C3%B3n/8-claves-para-crear-cultura-empresarial>
- García, M. (2007). Área RH. Recuperado el 20 de junio de 2019, de http://www.arearh.com/rrhh/cambio_cultura.htm
- Hill, C. &. (2008). Strategic Management: An Integrated Approach (8va ed.). Boston, Estados Unidos: Houghton Mifflin Company.
- Lan, E. (03 de octubre de 2012). Entrepreneur. Recuperado el 20 de junio de 2019, de <https://www.entrepreneur.com/article/265516>
- Pfister, E. (2009). Recuperado el 2017 de junio de 2019, de [http://spentamexico.org/v8-n3/A7.8\(3\)72-91.pdf](http://spentamexico.org/v8-n3/A7.8(3)72-91.pdf)
- Plunkett, W. A. (2013). Management Meeting and Exceeding Customer Expectations (10a ed.). Phio, Estados Unidos: Cengage Learning.
- Pucallpa. (2012). International Tropical Timber Organization. Recuperado el 19 de junio de 2017, de http://www.itto.int/files/itto_project_db_input/2995/Technical/Guia_Cultura%20organizacional.pdf
- Quinn, & Cameron. (1983). Organizational life cycles and shifting criteria of effectiveness (1a edición ed., Vol. 29). Estados Unidos.
- Radović, M. M. (2012). Impacto de la globalización en la cultura organizacional, el comportamiento y el rol de género.
- Real Academia Española. (2014). Real Academia Española. Recuperado el 20 de junio de 2019, de <http://dle.rae.es/?id=UH8mXZv>
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). Comportamiento organizacional. (P. M. Rosas, Ed.) Naucalpan de Juárez, Estado de México, México: Pearson.
- Robert Kreitner, A. K. (1997). Comportamiento de las Organizaciones (3a edición ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.
- Secretaría Nacional del Migrante (2011). Línea base de la provincial de El Oro. Programa conjunto juventud, empleo y migración para reducir la inequidad en el Ecuador. Disponible en: https://www.unicef.org/ecuador/LIBRO_DE_EL_ORO_Parte1.pdf
- Unipymes. (julio de 2014). Unipymes. Recuperado el 19 de junio de 2019, de http://www.unipymes.com/funciones_de_la_cultura_organizacional/
- Uzcátegui Sánchez Carolina de los Ángeles.(2015).: Influencia de los factores: liderazgo, estrategia y entorno en la competitividad empresarial de la pyme del Ecuador.(Trabajo de titulación de magister en gestión empresarial).UTPL.Machala. Disponible en: http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/13633/1/Uzcategui_Sanchez_Carolina_de_los_Angeles.

[pdf](#)

Vivanco Florido, J. S., & Franco, R. (2010). Recuperado el 20 de junio de 2017, de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xvii/docs/C28.pdf>
12 Manage. (2017). Recuperado el 20 de junio de 2017, de http://www.12manage.com/methods_quinn_competing_values_framework_es.html

SITUACIÓN ACTUAL DEL ACCESO Y USO A SERVICIOS FINANCIEROS EN AMÉRICA LATINA

Solano, Javier¹

Peña, Shirley²

Molina, María Paula³

¹ Docente Titular Auxiliar II, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en Economía y Dirección de Empresas; Ingeniero en Gestión Empresarial; mail: jsolano@umet.edu.ec

² Docente Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil; Magíster en Economía y Dirección de Empresas; Ingeniera Comercial; mail: skpena@espol.edu.ec

³ Estudiante de Gestión Empresarial, Universidad Metropolitana Sede Machala; mmolina@umet.edu.ec

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo realizar un análisis teórico y metodológico sobre el acceso y uso de los servicios financieros, reconociendo que es un tema vital sobre todo para el sector productivo de un país. Se inicia revisando el concepto de bancarización, para luego a través de un análisis descriptivo presentar los aspectos más relevantes sobre el acceso a los servicios financieros en Brasil, Colombia, Perú y finalmente Ecuador. En base a esos resultados se plantea puntos de referencia para la evaluación del Ecuador, donde se observa una rápida expansión del sector de la banca, a sectores antes desconocidos.

Palabras clave: bancarización, servicios financieros, sistema financiero, intermediación financiera

Introducción

Por lo general, el sistema financiero de un país está conformado por el conjunto de instituciones o intermediarios financieros, mercados financieros, las autoridades monetarias y financieras, encargadas de regularlo y controlarlo (Calvo et al., 2014). El sistema financiero es fundamental en el progreso económico de un país. Los intermediarios financieros transforman el dinero captado de los depositantes que son menos importantes, hacia otros activos financieros que permiten financiar nuevas actividades productivas y generar importantes mecanismos que permiten proveer liquidez, asignar recursos, recolectar flujos de ahorro, diversificar portafolios de inversión, y difundir la información necesaria para la transformación de vencimientos y mitigar el riesgo (Fabozzi, Modigliani & Ferri, 1996).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)¹ indica que para el desarrollo financiero es necesario: “la creación de mercados financieros profundos y estables, con una mayor participación de los mercados de capitales, es indispensable para apoyar el desarrollo productivo y facilitar el financiamiento. Se requiere el desarrollo de instrumentos que estimulen el financiamiento de corto y largo plazo y apoyen el acceso al mismo por parte de sectores tradicionalmente excluidos”.

La medición del desarrollo financiero de un país se realiza a través de cuantificar la profundización financiera, la bancarización y la densidad financiera². El término de bancarización es utilizado

¹CEPAL, **Desarrollo financiero**, Obtenido el 12 de agosto de 2016 de: <http://www.cepal.org/cgi-bin/getprod.asp?xml=/ues/noticias/paginas/4/22804/P22804.xml&xsl=/ues/tpl/p18f-st.xsl&base=/ues/tpl/top-bottom.xsl>

² Ocaña, (2014), **Análisis Financiero: Sistema de Bancos Privados** (Período: Diciembre 2013 – Diciembre 2014), Superintendencia de Bancos.

comúnmente para hacer referencia a la incorporación al sistema financiero de las poblaciones de escasos recursos que se desempeñan de manera informal en la economía, que tradicionalmente han sido desatendidos por el sistema bancario (Heimann, Navarrete, O'Keefe, Vaca, & Zapata, 2009).

Los hogares obtienen beneficios cuando participan en el mercado financiero. Los servicios financieros (créditos, depósitos, instrumentos de pago, etc.) permiten oportunidades productivas y manejar el riesgo de los factores externos de manera más efectiva que aplicando estrategias no formales. La bancarización es una estrategia generadora de bienestar en la economía desde el punto de vista público y político. No obstante, los niveles de bancarización a América Latina siguen siendo bajos (Urrea, Ma. & Maldonado, 2010).

La disponibilidad de datos sobre bancarización comparables entre países de América Latina es escasa, debido a que cada país aplica una metodología diferente, lo que impide realizar un análisis sobre el tema. La literatura existente proviene, en su mayoría, de encuestas realizadas a nivel mundial por las instituciones multilaterales de Washington, especialmente del Banco Mundial. Las encuestas regionales enfocadas en las características de América Latina son considerablemente escasas (FELABAN, 2007).

La Federación Latinoamericana de Bancos en su investigación sobre la bancarización en América Latina (2007), analizó cuatro categorías de obstáculos identificados por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) (2004), primera categoría corresponde a los factores de naturaleza social (acceso a la salud y educación) y económica (cambios políticos y financieros) que suavizan la demanda de los servicios financieros. Los países con mínimo acceso a los servicios sociales también carecen del desarrollo de una "cultura financiera". En el área económica los cambios concurrentes en la tasa de interés y las medidas políticas ha resultado que se incremente la desconfianza de los cuentas ahorristas.

La segunda categoría trata sobre la deficiencia legislativa, destacan los problemas de debilidades jurídicas y cumplimiento de las leyes, la falta de seguridad de los contratos, y la falta de leyes de colaterales y bancarrota, fundamentales para la provisión de servicios financieros.

Por su parte la tercera categoría, concentra complicaciones en el modo de funcionamiento propio de las entidades bancarias que dificultan el acceso a los servicios financieros tanto a los usuarios de escasos ingresos como a las pymes. Estas dificultades son: a) la escasez de sucursales bancarias u otras formas de acceso a servicios financieros, principalmente en poblaciones rurales, b) la cantidad de requisitos para abrir cuentas bancarias y c) los caros costos por mantener una cuenta bancaria, e incluso saldos mínimos.

Finalmente la cuarta categoría, trata sobre los impedimentos regulatorios que atrasan la bancarización, como por ejemplo: (a) impuestos cambiantes que desmotivan el uso de servicios financieros, (b) las intervenciones a las tasas de interés y (c) exigencias con respecto a los requerimientos de capital mínimo y otorgaciones de crédito al sector privado que deben mantener los bancos.

Metodología

Para el presente trabajo de investigación se realizó una revisión sistemática de la literatura relacionada con el tema de acceso de los servicios financieros, que ha permitido fijar un horizonte epistemológico de la bancarización, posteriormente se realizó un análisis descriptivo de varias economías latinoamericanas que permitió tener un referente comparativo para analizar el caso específico del Ecuador.

Desarrollo

El reto es poder conocer en cada país cuáles son las causas que limitan la oferta y demanda los servicios bancarios a las personas. Sin embargo, algunos países de la región han mostrado su interés en el tema. Los países de Brasil y Perú han sido precursores de la bancarización en América Latina.

En el caso de Brasil, a nivel mundial fue uno de los países iniciales en colocar microcrédito en un sector urbano informal. En 1973, creó el programa Unión de Asistencia a Pequeñas Organizaciones (UNO) con la participación de entidades públicas y privadas. El programa capitalizó grandes cantidades de emprendedores y educó a la población sobre el microcrédito, siendo referente al resto de la región. Así mismo aparecieron los CBN³ exclusivamente con entidades bancarias que facilitaban el envío y recibo de pagos y cobranzas de cheques, posteriormente se autorizó la apertura de estas corresponsalías por todo el país en el 2000 (Tafur, 2009).

El país registra importante número de ciudadanos bancarizados; sin embargo en un estudio de Kumar y otros (2005), fundado en una encuesta en el 2005 a 2000 habitantes urbanos identificó que los precios de las comisiones bancarias y los requerimientos de documentación para aperturar una cuenta son considerados como trabas significativas para que los habitantes utilicen los servicios bancarios. Conjuntamente, la reducción de la demanda se debe a las múltiples maneras de tributación y normas que afronta la banca brasilera y que eleva los costos de operación bancaria, por ejemplo: el impuesto a las transacciones financieras, el impuesto para la financiación de la seguridad social, aportes a programas sociales, entre otros. La investigación también concluyó que el ingreso y nivel de educación de una persona son determinantes para el acceso a servicios financieros más que la localización geográfica donde resida (FELABAN, 2007).

En Colombia la implementación de la bancarización ha presentado limitaciones tanto en la oferta como en la demanda. En el 2009, La asociación de bancos (Asobancaria) determinó que los motivos primordiales son los costos operativos que se consideran altos para los clientes de bajos recursos, el riesgo de las transacciones, la inestabilidad jurídica y la inseguridad (Urrea, Ma. & Maldonado, 2010). En su artículo Marulanda & Pérez (2006), identificaron que la principal barrera de la oferta de los servicios son los límites a las tasas de interés; por lo que los bancos comerciales no pueden ofrecer productos a los sectores rurales con alguna rentabilidad. En cambio en la demanda, determinaron dos factores generaron la autoexclusión de las personas al servicio financiero. El ingreso al sistema financiero es costoso para este tipo de clientes, debido a que deben cancelar las cuotas de manejo de cuentas y los impuestos a las transacciones. Además, los usuarios deben realizar procesos complejos para adquirir algún producto financiero, debido a que las leyes colombianas lo exigen. Otro factor es el problema de seguridad (especialmente los relacionados con el conflicto armado). El Gobierno Colombiano ha autorizado la operación de los CBN desde el 2006.

A partir del 2009, el Estado por medio del programa denominado “Familias en Acción” empezó un Plan de Bancarización con el objetivo de fomentar el ahorro y el acceso a otros servicios financieros a más de dos millones y medio de familias en extrema pobreza; para ello, se aplicó una encuesta diseñada para las madres beneficiarias del programa donde se recogiera información relevante sobre sus características socio-demográficas, el acceso y uso de productos financieros e identificar las fortalezas y desventajas del proceso de bancarización. El estudio se llevó a cabo en seis ciudades del país: Bogotá, Pasto, Sincelejo, Montería, Valledupar y Cali, por su progreso en el proceso de bancarización. La investigación dio como resultado que una muestra relevante de hogares utiliza herramientas de ahorro informales, como el efectivo y las alcancías. El producto financiero más manejado por los hogares son los créditos o préstamos, en especial de fuentes informales como los familiares, amigos, los prestamistas particulares y el sistema gota a gota. Además, el estudio pudo

³ Se entiende por CNB a entidades no bancarias que realizan transacciones a bajos costos en zonas con poblaciones de bajos ingresos, como tiendas, droguerías y ferreterías.

demostrar que existe alto índice de desconocimiento en la población bancarizada y no bancarizada sobre el manejo de la cuenta y la posibilidad de acceder a otros servicios financieros (Urrea, Ma. & Maldonado, 2010).

Por otro lado Perú, alcanzó resultados favorables a través de un programa nacional de bancarización emprendido desde septiembre de 2002 por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras de Fondos de Pensiones del Perú. El objetivo del programa era mejorar la transparencia en el funcionamiento del sector financiero. Estos son los principales puntos del programa (Tafur, 2009): a) Extensa difusión de las tasas de interés promedio, por segmento de mercado, tipo de empresa y productor; y b) Conocimiento y actualización de las características y costos de las operaciones pasivas y activas de instituciones financieras. El estudio de Morón (2006), estableció que el problema fundamental del país para acceder a los servicios financieros es la falta de una cultura financiera en los habitantes de bajos ingresos; por lo cual, la Supervisión Bancaria y el Ministerio de Educación firmaron un acuerdo de plan de alfabetización financiera dirigido a los estudiantes escolares, para evitar la autoexclusión y que los alumnos conozcan todo lo relacionado al sistema financiero (FELABAN, 2007).

En el Ecuador, a diferencia de los países estudiados, no existen estudios sobre la oferta y demanda de los servicios financieros que permitan identificar las barreras que tienen los usuarios para ingresar al sistema financiero formal, lo que se ha podido encontrar son investigaciones con enfoque global.

El sistema financiero ecuatoriano formal está regulado por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a partir de mayo de 1994. El Sistema Financiero Nacional controlado por la Superintendencia de Bancos (SB), está conformado por: bancos privados, mutualistas, sociedades financieras y banca pública⁴. El sistema bancario registró un trascendental desempeño después de la crisis financiera que se dio a finales de la década de los noventa, con el incremento de activos, pasivos y patrimonio, así como el número de instituciones financieras.

En el 2002, el país contaba con 75 instituciones financieras. A diciembre del 2012, estas aumentaron en un 11% que corresponde a 83 entidades controladas (públicas y privadas), donde el 44% corresponden a cooperativas de ahorro y crédito de primer piso que pasaron ser de 27 a 39 empresas financieras. El 5.1% representan a las instituciones públicas que no sufrieron cambios, estas son: la Corporación Financiera Nacional, Banco Ecuatoriano de la Vivienda, Banco Nacional de Fomento y Banco del Estado (Picón, 2013). A partir de enero del 2013, las cooperativas de ahorro y crédito pasaron a la dirección de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, de acuerdo a la Ley Orgánica de Popular y Solidaria aprobada por el Ejecutivo el 28 de abril de 2011.

El Código Orgánico Monetario y Financiero publicado en el Registro Oficial No. 332 del 12 de septiembre del 2014, es la normativa vigente que tiene por objeto regular los sistemas monetarios y financiero, así como los regímenes de valores y seguros del Ecuador, según su artículo 1. El artículo 59 del referido código establece que la SB es un organismo técnico de derecho público, con personalidad jurídica, parte de la Función de Transparencia y Control Social, con autonomía administrativa, financiera, presupuestaria y organizativa, cuya organización y funciones están determinadas en la Constitución de la República y la ley. Hasta finales del 2014, el Sistema Financiero Nacional (SFN) estaba conformado por 25 bancos privados, 4 mutualistas, 9 sociedades financieras y 5 instituciones públicas (Banco Nacional de Fomento, Corporación Financiera Nacional, Banco Ecuatoriano de la Vivienda, Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social BIESS, Banco Central del Ecuador, Banco del Estado)⁵.

Los bancos se encuentran agrupados por una metodología de percentiles aplicada a los activos de las instituciones financieras, en bancos grandes (4), medianos (7) y pequeños (14). A diciembre del 2014,

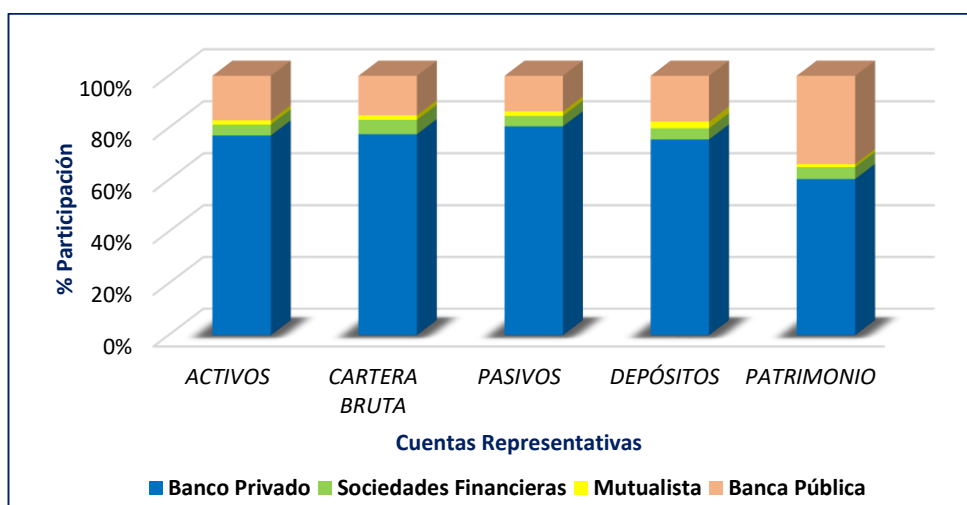
⁴ **Preguntas Frecuentes.** Obtenido el 12 de agosto del 2016, página web de Superintendencia de Bancos: http://www.superbancos.gob.ec/practg/p_index?vp_art_id=1&vp_tip=11&vp_lang=1&vp_buscr=11

⁵ Coordinación General de Imagen Corporativa y Comunicación- Dirección Nacional de Estudios e Información (2014), **Memoria 2014**, Superintendencia de Bancos.

los bancos representan el 60% en el sistema financiero del país. Las empresas financieras son un pilar fundamental para la economía ecuatoriana, por la composición de su balance, de acuerdo a las siguientes cifras: 75.9% de los activos, 77.2% de la cartera bruta; 79.3% de los pasivos, 80.9% de los depósitos del público; es decir, aproximadamente, las dos terceras partes del SFN están en manos de bancos privados⁶ como se aprecia en la figura 1.

La economía ecuatoriana durante dieciocho meses sufrió cuatro ciclos económicos. El primer ciclo conocido como los años de bonanza fue en el periodo del 2011 al 2014, donde la economía registró un crecimiento acelerado, debido a los altos precios del petróleo y de los commodities agrícolas. La devaluación del dólar permitió el aumento de los ingresos, así mismo del gasto público⁷.

Figura 1 - Participación de Variables Relevantes (Diciembre 2014)



Fuente: Superintendencia de Bancos.

La segunda etapa se dio en el año 2015, calificado como un año complejo para la economía ecuatoriana. Los principales factores causantes fue el descenso rápido en el precio del barril del petróleo, la apreciación del dólar y las distintas devaluaciones monetarias de los países vecinos que afectaron al Ecuador. A mediados del año 2015, la economía entro en una recesión, lo que llevo a la reducción de las ventas, exportaciones, menor inversión, y en general una disminución a la captación de depósitos y colocación de créditos. En el último trimestre del año en mención, la situación económica del país fue agonizando, debido a la falta de liquidez, el Gobierno no cumplía con sus obligaciones pendientes con sus proveedores, creando dificultades de pagos con otros actores económicos.

Sin embargo, las instituciones bancarias han podido enfrentar eficientemente los choques económicos. A partir del 2015, la presencia de CBN se triplico. Los bancos que ofrecen este servicio son: Banco Guayaquil con “Banco del barrio”; Banco Pichincha con “Mi vecino” y “Tu banco, banco aquí”, del Banco del Pacífico que se encuentran ubicados en diferentes sectores del país. Los clientes pueden realizar depósitos, retiros y pagos a servicios públicos o privados. A pesar de los esfuerzos, el

⁶ Ocaña, (2014), *Análisis Financiero: Sistema de Bancos Privados* (Período: Diciembre 2013 – Diciembre 2014), Superintendencia de Bancos.

⁷ Prado, (2016), *Boletín Informativo #61*. Asociación de Bancos Privados del Ecuador.

40%⁸ de la Población Económicamente Activa (PEA) del Ecuador no cuenta con una cuenta en una institución financiera o de la economía popular y solidaria⁹.

Conclusiones

El presente artículo permite derivar algunas conclusiones generales sobre lo expuesto. La primera es conocer la importancia de la inclusión financiera, que no sólo aporta en el crecimiento económico y laboral de la población, sino también que permite un equilibrio entre los ingresos y la reducción de la pobreza. Es una problemática mundial que las personas de bajos ingresos y aquellos que se encuentren en sectores alejados no puedan acceder y utilizar los servicios financieros. La bancarización está muy relacionada con las funciones del dinero y el progreso de un país, mientras más se enseñe la cultura financiera a la población, el dinero será usado en mayores cantidades por medio de los servicios financieros brindados por las entidades bancarias, tal como lo aplicó Perú con la implementación de planes de alfabetización a estudiantes de etapa escolar sobre el sistema financiero.

La segunda conclusión es sobre los escasos estudios y fuentes de datos específicos para América Latina. Aunque existen ciertas investigaciones mediante encuestas a reguladores y participantes del sistema financiero, la gran mayoría de estas encuestas tienen características generales y aplican diferentes metodologías que no se pueden comparar entre países.

La tercera conclusión es que los bancos ofrecen diferentes servicios financieros que involucran las regulaciones del estado, decisiones bancarias, empresas y familias. Sin embargo, el poco acceso a los servicios se debe a los altos costos financieros que deben asumir las personas de bajos ingresos y la falta de canales de atención en zonas rurales, por lo que utilizan servicios informales como créditos a familiares o uso de alcancías. Estas problemáticas son el resultado de las ineficiencias en los procedimientos bancarios y las exigencias legales que desincentivan la bancarización. Por otro lado, el bajo nivel de demanda de los servicios bancarios formal tiene relación con problemas socioeconómicos, que limitan el desarrollo de una cultura financiera, como la volatilidad de las tasas de interés y políticas gubernamentales que han perjudicado a la confianza de los depositantes en los sistemas bancarios.

Finalmente, se puede concluir que debe existir un trabajo en conjunto entre las entidades bancarias y las autoridades de los diferentes países, para lograr una mayor profundidad financiera y desarrollo económico, a través de más acceso y uso a los servicios financieros. La presencia de los Corresponsales No Bancarios ha sido fundamental para una mejor bancarización, como se observa en los casos de Brasil, Perú y Colombia. En Ecuador la cantidad de este tipo de entidades tiene una tendencia de crecimiento rápido.

Bibliografía

Calvo, A., Parejo, J. A., Rodríguez, L., & Cuervo, A. (2014). Manual del sistema financiero español, 28. CEPAL, *Desarrollo financiero*, Obtenido el 12 de agosto de 2016 de: <http://www.cepal.org/cgi-bin/getprod.asp?xml=/ues/noticias/paginas/4/22804/P22804.xml&xsl=/ues/tpl/p18fst.xsl&base=/ues/tpl/top-bottom.xsl>

⁸ Población económicamente activa (PEA) son las personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados).

⁹ **Rendición de cuentas** (2014). Banco Central del Ecuador.

- Coordinación General de Imagen Corporativa y Comunicación- Dirección Nacional de Estudios e Información (2014), *Memoria 2014*, Superintendencia de Bancos.
- Felaban, F. L. de B. (2007). ¿ QUÉ SABEMOS SOBRE BANCARIZACIÓN EN AMÉRICA LATINA ?
- Fabozzi F. J., Modigliani F. & Michael G. (1996). Mercados e Instituciones Financieras.
- Heimann, U., Navarrete, J., O'Keefe, M., Vaca, B., & Zapata, G. (2009). Mapa Estratégico de Inclusión Financiera : Una Herramienta de Análisis, 1–72.
- Ocaña, (2014), *Análisis Financiero: Sistema de Bancos Privados* (Período: Diciembre 2013 – Diciembre 2014), Superintendencia de Bancos.
- Prado, (2016), *Boletín Informativo #61*. Asociación de Bancos Privados del Ecuador.
- Picón, A. M. (2013). *Bancarización y profundización financiera en el Ecuador en dolarización Resumen*. Retrieved from <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6098/T-PUCE-6335.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rendición de cuentas* (2014). Banco Central del Ecuador.
- Tafur, C. (2009). Bancarización: una aproximación al caso colombiano a la luz de América Latina, 25(110), 13–37.
- Urrea, Ma. & Maldonado, J. (2010). Documentos CEDE.

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual
Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

EL TURISMO EN EL MARCO DEL DESARROLLO MUNDIAL. EL CASO DE ARGENTINA

Mgter. Mariela Cuttica:

Docente-Investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad
Nacional de Córdoba, maricutt@eco.uncor.edu

Dra. Eugenia Perona:

Docente-Investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de
Córdoba, eugenia.perona@eco.uncor.edu

Resumen:

Desde la segunda mitad del siglo XX, el turismo se ha transformado en una actividad crucial para el desarrollo, la sostenibilidad y el crecimiento de muchos países. El vertiginoso avance de la tecnología y los medios de transporte, el incremento en el nivel de vida de un porcentaje significativo de la población, así como la existencia de cambios culturales, son algunos de los factores cruciales que han impulsado esta actividad. El surgimiento fuerte del turismo se dio inicialmente en los países desarrollados donde la población focalizó su interés en la recreación, el esparcimiento y el desplazamiento territorial para la realización de diversas actividades. Posteriormente, la expansión sostenida de la actividad turística también alcanzó a los países en desarrollo de todos los continentes. América Latina como sub-continente y Argentina como país, con sus vastas riquezas naturales y culturales, no han sido ajenas a este avance. El objetivo de la ponencia es brindar al lector un panorama actual del fenómeno relacionado con el turismo y su impacto en el desarrollo, incluyendo aspectos como su incidencia sobre el empleo y la competitividad. Para ello se examina la dimensión alcanzada por el desarrollo turístico, tanto a nivel mundial y latinoamericano como particularmente en Argentina, señalando también en este último caso algunas de las debilidades y fortalezas que presenta el sector, con vistas a un futuro basado en un desarrollo sostenible.

Palabras clave: actividad turística; desarrollo; empleo y competitividad en el turismo; sostenibilidad; actividad turística en Argentina

1. Introducción: Importancia del turismo como actividad en el contexto mundial actual

Para dimensionar la importancia del turismo como actividad en la economía mundial de hoy basta citar que 1,1 mil millones de turistas realizan un viaje internacional por año. En 2014, el turismo mundial culminó con cifras récord, creciendo 4,4% (más precisamente 1.135 millones de turistas cruzaron las fronteras internacionales durante el año). El crecimiento se sostuvo aun después de la crisis económica global de 2009 y a pesar de variados factores que desalientan el movimiento turístico como la aparición del virus del ébola en África y diversos conflictos geopolíticos.

Estos resultados superaron la proyección de crecimiento de largo plazo del 3,8% para el periodo 2010-2020 realizada por la UNWTO (Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, por su sigla en inglés), que además pregona buenos augurios para alcanzar la meta proyectada de 1,8 mil millones de turistas internacionales para el año 2030.

El aumento de los arribos fue seguido de cerca por el de los ingresos del turismo internacional. Con un aumento de 3,7% en términos reales los ingresos del turismo internacional alcanzaron un estimado de US\$ 1.245 mil millones en 2014. Si se le suman los ingresos de exportación generados a través de los servicios de transporte internacional de pasajeros (US\$ 221 mil millones), las exportaciones totales del turismo internacional llegaron a US\$ 1,5 billones en promedio en 2014. Estos guarismos dan cuenta de la importancia del sector como un impulsor clave en la recuperación de la economía global.

El secretario general de la UNWTO, Taleb Rifai, sostuvo en el reporte anual de 2014, que por ser un sector posicionado de manera estratégica, el progreso y la expansión del turismo contribuyen a la creación de puestos de trabajo, abatimiento de la pobreza, protección ambiental y al entendimiento y paz interculturales. Asimismo, el compromiso del organismo internacional es promover el turismo como un conductor del crecimiento económico, el desarrollo y la sustentabilidad ambiental.

El enfoque adoptado en la ponencia se centra en algunos aspectos económicos y sociales de la actividad turística. Para ello, se explora en la segunda sección el desempeño por regiones y las tendencias actuales del turismo mundial, mientras que la tercera sección introduce al impacto que genera el turismo mundial sobre el desarrollo y el empleo. Seguidamente, se incluye una cuarta sección describiendo los factores de competitividad del

turismo a fines de aplicarlos luego al análisis de Argentina. La quinta y última sección describe el panorama económico del turismo en Latinoamérica e indaga sobre la importancia del turismo como actividad en la economía argentina y su impacto en el desarrollo de este país del cono sur. Finalmente, se esbozan algunas conclusiones en relación a las debilidades y fortalezas del sector turístico en Argentina.

2. Desempeño por regiones y tendencias actuales del turismo mundial

Siguiendo la división regional en que se confeccionan los estudios del tema a nivel mundial, se examina el panorama del turismo mundial considerando las cinco regiones en que se presentan las estadísticas: África, América, Asia y el Pacífico, Europa y Medio Oriente.

La Figura 1 ilustra el reparto del turismo internacional tanto en términos de ingreso como de llegadas por región. Observemos primeramente cómo se distribuyeron los ingresos del turismo internacional del 2014, que se estimaron en US\$ 1.245 mil millones, es decir, un incremento del 3,7% en términos reales respecto del año anterior, teniendo en cuenta las fluctuaciones del tipo de cambio y la inflación.

Figura 1: Ingresos y llegadas del Turismo Internacional, 2014



Fuente: Panorama OMT del turismo internacional (UNWTO, 2015a).

Europa continúa encabezando su posición como la región más visitada con más de la mitad de los turistas internacionales. En 2014, recibió 17 millones más de llegadas, reuniendo un total de 582 millones (51% de participación). Los arribos de turistas internacionales en Asia y el Pacífico aumentaron el 5% alcanzando los 263 millones (23% de participación). América con un 8% de crecimiento fue la región con el mejor desempeño en términos de arribos, recibiendo 14 millones adicionales de turistas internacionales y elevando el total a 181 millones (16% de participación); aunque las cifras fueron menores en términos de ingresos, los cuales crecieron un 3% comparado con el 8% de

los arribos. La región de Medio Oriente creció un 5% lo que significó un adicional de 2 millones de arribos, llegando a un total de 51 millones (5% de participación). El número de turistas internacionales en África avanzó en 2%, equivalente a un aumento de un millón de arribos alcanzando los 56 millones de turistas (5% de participación).

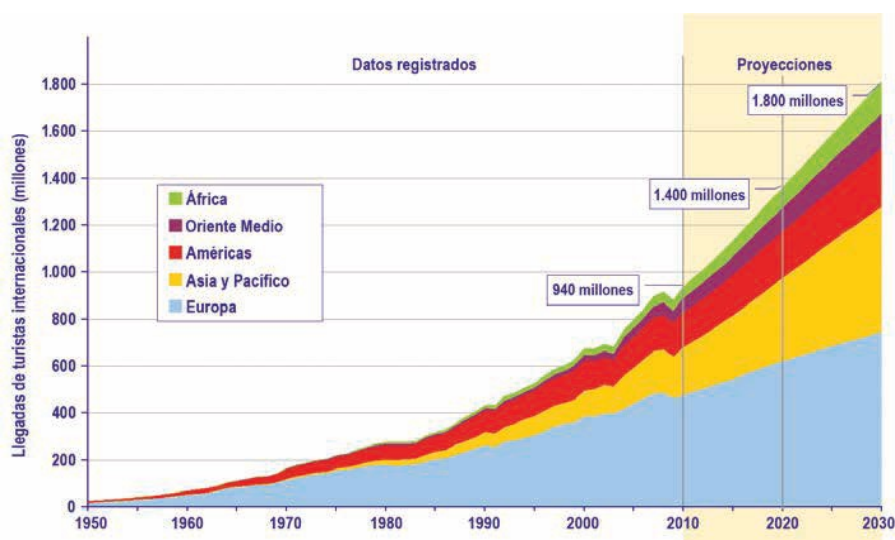
Las principales economías de turismo emisor en 2015 fueron China, los Estados Unidos y el Reino Unido. China aumentó el gasto turístico en 25% y el turismo emisor en un 10% en términos de viajeros; el gasto de viajeros proveniente de Estados Unidos creció un 9% mientras que el total de viajeros aumentó un 8%. En Reino Unido el gasto se incrementó un 8% y el número de viajeros aumentó el 9%. Los destinos turísticos preferidos por los viajeros internacionales continúan siendo Estados Unidos, China, España y Francia (UNWTO, 2015a).

El panorama del turismo internacional para los próximos años es positivo; la cantidad de llegadas de turistas internacionales se incrementó el 4,4% en 2015 y la proyección futura de la UNWTO se ubica por encima del 4% anual. En el análisis por región, América ha sido la región con mejor desempeño en 2014, ya que logró el 8% de crecimiento en los arribos, creciendo la subregión Sudamérica un 5%, lo cual significa más del doble que el registro de 2013. De cara al futuro se espera un crecimiento alto para las Américas, que se ubicaría entre el 4% y el 5%.

Asia y el Pacífico demuestran un fuerte crecimiento consolidando una senda de desempeño consistente; a largo plazo continuará siendo una de las regiones de más rápido crecimiento turístico en el mundo con una tasa del 4% al 5%. Europa, que disfruta de robustos resultados turísticos que fueron claves en su recuperación, continúa siendo la región más visitada en el mundo con más de la mitad de los turistas internacionales, estimándose un incremento del 3% al 4% en el futuro. El turismo internacional en África está creciendo aún a pesar de los conflictos armados y crisis alimentarias que afectan a algunos países africanos en la actualidad, con un incremento esperado del 2% al 5% anual. El turismo internacional en Medio Oriente muestra signos de recuperación luego de un periodo de estancamiento, con buenos resultados en la mayoría de los destinos, esperándose asimismo un crecimiento entre un 2% y un 5% anual.

Las proyecciones de más largo alcance realizadas por la UNWTO, estiman 1.800 millones de arribos de turistas internacionales para el año 2030. En este sentido, la Figura 2 expone las proyecciones de evolución de las participaciones de cada región dentro del total de arribos mundiales. La cuota del mercado de turismo mundial refleja la tendencia en el crecimiento por región. Europa es preponderante con una alta proporción y con una firme tendencia al aumento, siguiéndole Asia y el Pacífico en cuanto a ser la segunda región con mayor proporción de mercado y acercándosele en valores absolutos América con una tasa alta de crecimiento de turismo. Finalmente, África y el Oriente Medio participarían con cuotas similares de mercado aunque menores respecto al resto de las otras tres regiones y con sus respectivas tasas de crecimiento también significativas aunque más medidas.

Figura 2: Tendencias y proyecciones del turismo internacional, 1950-2030



Fuente: Panorama OMT del turismo internacional (UNWTO, 2015a).

Al margen de las proyecciones estadísticas de la UNWTO, una pregunta importante que surge en el marco de los recientes acontecimientos mundiales de 2016 y 2017, es cómo impactarán en el movimiento turístico internacional cuestiones sensibles como el incremento en el número de atentados terroristas en varias regiones, incluido Europa, así como las guerras y actual crisis humanitaria en países del África y Medio Oriente.

Basado en datos de artículos periodísticos se pueden mencionar algunos impactos preliminares. Por ejemplo, el atentado ocurrido en París llevó a una caída en el número de turistas de 2 millones durante 2016; perdiendo el museo del Louvre 1,9 millones de visitantes en tan solo dos años (ABC, 2017). En Túnez, el descenso aproximado de visitantes llegó al 20% en el primer trimestre de 2016; mientras que Turquía recibió un 16,5% menos de viajeros en los primeros cuatro meses del 2016 (El periódico, 2016).

La pregunta es, ¿cambiarán estos hechos las proyecciones positivas sobre el turismo internacional? Algunos comentaristas parecen sugerir que puede cambiar el mapa de destinos turísticos pero no el volumen. Así, “la reacción de las personas ante los actos terroristas no es dejar de viajar, sino cambiar sus destinos turísticos o aplazar sus planes por algunos meses mientras todo se decanta” (Dinero, 2016). En otras palabras, mientras que algunos países sufren una fuerte caída en el número de visitantes, otros destinos se ven beneficiados por este desplazamiento. Por ejemplo, es un hecho notable que la disminución del turismo en las playas de Turquía ha beneficiado los destinos en Grecia. Finalmente, el incremento en el nivel de vida de un porcentaje significativo de la población mundial, también explica que el consumo de viajes internacionales no haya sufrido drásticas reducciones ante la situación de crisis de seguridad.

3. Impacto del turismo mundial en el desarrollo y el empleo

En contraste con la moderada y desigual expansión de la economía global, el turismo internacional en los años recientes ha crecido progresivamente por encima de las expectativas. En 2014, los ingresos totales por exportaciones generados por el turismo internacional resultaron en aproximadamente US\$ 1,5 billones. El turismo internacional da cuenta del 30% de las exportaciones mundiales de servicios y del 6% de las exportaciones totales. En 2014, como categoría de exportación, se posicionó cuarto a nivel mundial, siguiendo a los combustibles, químicos y alimentos, aunque notablemente por delante de los productos del automotor. En el año 2015 la proporción del turismo internacional sobre el total de exportaciones de bienes y servicios alcanzó el 7%, continuando con una tasa de crecimiento superior a la del comercio mundial de mercancías (+2,8) y pasando a ocupar el tercer puesto como categoría de exportación, a continuación de las categorías de combustibles y productos químicos, y con antelación a las de alimentación y productos del automotor (UNWTO, 2016).

Estos guarismos sobre la participación del turismo mundial respecto a las exportaciones resultan similares tanto para economías en desarrollo como desarrolladas. Por otra parte, comparado con los combustibles, las ganancias del turismo internacional benefician a un número mayor de exportadores y el sector tiende a generar más empleo. Para las economías emergentes, el turismo significó US\$ 485 mil millones en exportaciones en 2013, siendo la cuarta categoría de exportación después de los combustibles, alimentos, y vestimenta y textiles. En las economías desarrolladas, el turismo generó US\$ 924 mil millones, ocupando el cuarto lugar de exportación después de los químicos (incluyendo farmacéuticos), combustibles y productos del automotor, y por delante de los alimentos.

El sector de Viajes y Turismo tiende a seguir el ciclo general de negocios, con un crecimiento más fuerte que el promedio durante los periodos de expansión y con pérdidas de puestos de trabajo más severas que el promedio durante las recesiones. No obstante, el turismo es uno de los principales creadores de empleo del mundo, contando con uno de cada once puestos a nivel mundial. Sin embargo, en relación al impacto de la actividad turística sobre el empleo, cabe realizar una consideración previa. La Organización Internacional del Trabajo y la UNWTO (UNWTO, 2015b) señalan que los datos relacionados con el empleo en el sector turismo están fragmentados, son de pobre calidad y carecen de comparabilidad internacional, por lo que tanto el empleo como el valor económico del turismo en términos de empleo permanecen inadecuadamente medidos e insuficientemente estudiados. De allí que las organizaciones mencionadas hayan sugerido mejorar las prácticas estadísticas y aportado instrumentos para avanzar hacia un marco internacional armonizado para la recolección y análisis de los datos sobre empleo en el sector turismo.

La medición de la contribución del sector Viajes y Turismo requiere una valuación de acuerdo con tres niveles diferentes. Los impactos son medidos sobre una base *directa* (por ejemplo, las personas empleadas en un hotel);

sobre una base *indirecta* (por ejemplo, la construcción de un hotel incluidos los trabajadores y los materiales requeridos); y una base *inducida* (por ejemplo, el aumento en el empleo y en el PBI creados por el hotel, por los trabajadores de la construcción y por los huéspedes del hotel que compran comida en un negocio local). Otros efectos, como el fortalecimiento de los vínculos entre el turismo y otros sectores de la economía, así como cambios en el ingreso resultantes de cambios en el gasto y filtraciones, también deben ser evaluados (Turner y Sears, 2013).

En su artículo titulado “Viajes y Turismo como un motor del crecimiento del empleo”, Turner y Sears (2013) indican que la industria emplea directamente más de 98 millones de personas, representando el 3% del empleo global. Cuando los impactos indirectos e inducidos son incluidos, los autores calculan que la industria aporta aproximadamente un 9% de los puestos de trabajo a nivel mundial. Asimismo, se advierte un panorama optimista dado que el pronóstico de crecimiento del empleo en el sector de Viajes y Turismo es en promedio del 1,9% anual durante la próxima década, comparado con la estimación de 1,2% de crecimiento anual para el total del empleo en la economía global.

El sector Viajes y Turismo ha jugado un importante papel en el desarrollo de muchos países, pudiendo dicha industria estimular la inversión doméstica y atraer inversión extranjera directa con consecuencias positivas para la creación de empleo, la generación de ingresos y beneficios adicionales para la calidad de vida de los residentes locales. Aunque es necesaria una inversión inicial en infraestructura, cuantas más personas viajen, más infraestructura de turismo adicional es construida y más personas son ocupadas para servir las necesidades de los turistas. Es decir, el sector turismo puede impulsar mejoras de infraestructura que benefician a los residentes locales además de a los turistas. El desarrollo de restaurantes, cafeterías, tiendas, etc., ayuda a ampliar las opciones disponibles para la comunidad. Asimismo, motiva la realización de inversiones en bienes públicos incluyendo rutas, aeropuertos, puertos, agua potable, e infraestructura de comunicaciones (Turner y Sears, 2013).

Debe tenerse presente, además, que el sector Viajes y Turismo comprende muchas micro y pequeñas empresas que proveen una amplia gama de servicios. En los países en desarrollo la mayoría de las Micro Pequeña y Medianas Empresas (MIPyME) luchan por sobrevivir. De manera que asistir a las MIPyME relacionadas con la actividad turística en su capacidad de gestión de negocios, redes de trabajo, búsqueda y acceso de mercados, puede ser un factor promotor del desarrollo, asegurando que los impactos socio-económicos del turismo se acumulen directamente a nivel local (UNWTO, 2015b).

4. Factores de competitividad del turismo

Si tiene un buen desempeño, el sector Viajes y Turismo contribuye a elevar el ingreso nacional y mejorar la balanza de pagos, además de generar aportes indirectos a la economía por su efecto multiplicador y porque provee las bases para conectar a los países a través de la infraestructura. De esta manera el

fortalecimiento de dicho sector contribuye de diversas maneras al desarrollo y a la economía. Sin dudas, la mejora en infraestructura es un atributo crítico para la competitividad de un país.

El Foro Económico Mundial (WEF por *World Economic Forum*) construye un índice de competitividad de viajes y turismo por país, denominado TTCl (por sus siglas en inglés), que “tiene como objetivo medir los factores y políticas que hacen atractivo desarrollar el sector Viajes y Turismo en diferentes países”. El índice está basado en tres amplias categorías de variables que facilitan o impulsan la competitividad turística. Dichas categorías se pueden resumir en: (1) el marco regulatorio de Viajes y Turismo; (2) el ambiente de negocios y la infraestructura para Viajes y Turismo; y (3) los recursos humanos, culturales y naturales de Viajes y Turismo.

La primera categoría captura aquellos elementos que están relacionados con la política y generalmente bajo la esfera del gobierno. La segunda categoría captura elementos del ambiente de negocios y de la infraestructura “dura” de cada economía. Finalmente, la tercera categoría de variables capta los elementos “más blandos”, humanos, culturales y naturales de la dotación de recursos de cada país. Cada una de estas tres categorías está compuesta por un número de pilares de competitividad de Viajes y Turismo que suman 14 en total: 1. Reglas de política y regulaciones; 2. Sustentabilidad medioambiental; 3. Seguridad y protección; 4. Salud e higiene; 5. Prioridad de Viajes y Turismo; 6. Infraestructura de transporte aéreo; 7. Infraestructura de transporte terrestre; 8. Infraestructura turística; 9. Infraestructura de TICs; 10. Competitividad de precios en la industria Viajes y Turismo; 11. Recursos humanos; 12. Afinidad para Viajes y Turismo; 13. Recursos naturales; 14. Recursos culturales (Ringbeck y Pietsch, 2013).

Tabla 1: Índice de competitividad de T&T, países seleccionados, 2013 y 2011

País	2013		2011
	Rank/140	Score	Rank/139
Suiza	1	5.66	1
Alemania	2	5.39	2
Austria	3	5.39	4
España	4	5.38	8
Reino Unido	5	5.38	7
Estados Unidos	6	5.32	6
Francia	7	5.31	3
Canadá	8	5.28	9
Suecia	9	5.24	5
Singapur	10	5.23	10

Fuente: Reporte World Economic Forum (Blanke y Chiesa, 2013).

La Tabla 1 muestra el *ranking* del índice de competitividad para 140 economías en el año 2013, en comparación con el *ranking* para el año 2011 donde se evaluaron 139 países. El buen desempeño en casi todos los aspectos evaluados de Suiza contribuye a que este país encabece el *ranking* y

mantenga su posicionamiento desde 2011. Su infraestructura terrestre es una de las mejores en el mundo, posee excelentes facilidades turísticas y hoteleras, disponibilidad de trabajadores calificados en la industria, fuentes de recursos naturales bien gestionadas con exigentes normas medioambientales, y altas condiciones de seguridad y protección.

En otro artículo del reporte WEF, Ringbeck y Pietsch (2013) examinan los factores que coadyuvan a la competitividad turística. Los autores analizan cuáles capacidades necesitan ser fortalecidas o desarrolladas a fin de asegurar una estabilidad de largo plazo en la actividad del turismo, arribando a ciertas importantes recomendaciones. Según los investigadores, para competir en el mercado del turismo global, las piezas fundamentales de cualquier destino turístico son el escenario natural y el patrimonio cultural como así también el funcionamiento apropiado de la infraestructura que permite a los viajeros acceder al país y moverse confortablemente dentro de él. Sin embargo, estos activos requieren de importantes inversiones en conservación y mantenimiento, de manera que los políticos y funcionarios deberían tenerlo presente al realizar planificaciones a futuro. Las recomendaciones para tener éxito en un mercado de condiciones volátiles y obtener beneficios del sector turismo apuntan a que los responsables de política deberían identificar y enfocarse en las ventajas competitivas claves de un país, buscando diferenciar la experiencia del viajero respecto a la de otros destinos, sin dejar de observar las tendencias en el origen y el perfil de los visitantes.

5. Panorama del turismo en Latinoamérica y Argentina

La región América registró 182 millones de arribos de turistas internacionales en el año 2014. La subregión América del Sur, recibió 29 millones de turistas internacionales. La proporción más alta de la subregión, 22%, tuvo como destino a Brasil con 6,4 millones de visitantes internacionales; en segundo lugar, Argentina, con el 20,3% que significaron 5,9 millones de turistas y luego Chile con una participación del 13% y 3,7 millones de arribos.

Los países de las Américas que ocuparon los seis primeros puestos como generadores de mayores ingresos por el turismo en el año 2014, fueron Estados Unidos, Canadá, México, Brasil, República Dominicana y Argentina. Respecto a la subregión América del Sur, en primer lugar está Brasil quien registró los mayores ingresos por US\$ 6.843 millones con una participación del 26,3%, y luego Argentina con una participación del 17,4% en concepto de ingresos por turismo en el mismo periodo.

La industria de Viajes y Turismo, definida así por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), capta los impactos directos de la producción de esta rama de actividad. Una definición más amplia, la economía de Viajes y Turismo, incluye tanto las contribuciones directas como los impactos indirectos dentro de la economía doméstica de los proveedores de servicios de viajes y oferentes de la industria. Ciertos indicadores importantes del sector, estimados para el 2012 y publicados en el reporte WEF (Blanke y Chiesa, 2013), señalan que la industria de Viajes y Turismo en Argentina da

cuenta del 3,8% del PBI y genera 649.500 puestos de trabajo, representando el 3,6% del total de la ocupación nacional. Por otra parte, la economía de Viajes y Turismo constituye el 10,5% del PBI, significando 1.763.000 puestos de trabajo que representan el 9,9% del total del empleo en el país.

Dentro del *ranking* de competitividad mundial, Argentina ocupó la posición 61 en el año 2013, alcanzando dicho lugar por una serie de factores que incluyen, entre otras cosas, un alto valor en recursos naturales con cuatro sitios considerados como Patrimonio Mundial, así como una fauna muy diversa (*ibid.*, 2013). El país también se ve beneficiado por una relativamente alta densidad de aeropuertos y de compañías aéreas operativas, aunque la calidad del transporte aéreo es señalada como un área problemática. En el plano de normas y reglamentaciones de política, el panorama es mixto: por un lado ha habido algunas mejoras como una mayor apertura en los acuerdos de servicios aéreos, pero por otro lado, todavía existen inquietudes acerca de los derechos de propiedad y ausencia de estímulo a las inversiones. Además, la calidad del transporte terrestre permanece rezagada y las regulaciones ambientales no son lo suficientemente exigentes ni bien cumplimentadas.

Respecto a la importancia de la actividad turística en Argentina, la contribución del sector al desarrollo económico puede visualizarse mediante algunos indicadores que relacionan variables internas. La participación en el PBI del consumo turístico receptor (es decir, de los turistas no residentes que visitaron Argentina) y del consumo turístico emisor (esto es, los turistas residentes en Argentina que realizaron viajes al exterior) se ha mantenido cercana al 1% durante la década de 2004 a 2014. Durante 2014, si se mide el gasto de consumo turístico receptor en relación al valor de las exportaciones de bienes y servicios, su participación alcanzó al 5,2% y el porcentaje de gasto de consumo turístico emisor en las importaciones de bienes y servicios representó un 6,4%. El valor agregado bruto generado en la actividad de los hoteles, bares y restaurantes significó el 2,5% del PBI (MINTUR, 2014).

Respecto al turismo internacional en Argentina, el número de arribos de turistas internacionales en 2014 creció el 13% respecto de 2013 logrando la cifra récord de 5,9 millones. El gasto de los turistas no residentes alcanzó los US\$ 4.457 millones en 2014, siendo el gasto promedio por turista (teniendo en cuenta el viaje y la estadía) de US\$ 751, o bien US\$ 68 diarios con una estadía promedio de 11 noches. Por su parte, el turismo emisor implicó egresos económicos por US\$ 5.105 millones en el año 2014. El gasto promedio llegó a US\$ 783, el gasto diario promedio a US\$ 75 y la estadía promedio de los turistas argentinos en el exterior fue de 10,4 noches (MINTUR, 2014).

Según fuentes oficiales del Ministerio de Turismo de la Nación, Argentina puede ser considerada como un país “Mercosur dependiente” (junto con Paraguay, Chile y Uruguay), ya que un 76% de los turistas internacionales son originarios de países del Mercosur. De hecho, el crecimiento en la cantidad de arribos de turistas internacionales (+13%) en 2014, puede explicarse en su totalidad por el crecimiento de la cantidad de arribos de los turistas de los países limítrofes, que aumentó 19,6%, ya que el número de arribos de los turistas de países no limítrofes disminuyó 0,1% en el mismo lapso. En cuanto al turismo emisor, la situación es análoga. En la actualidad, los países

límites dan cuenta de aproximadamente el 74% del total de salidas al exterior, siendo los principales destinos elegidos por los argentinos Uruguay, Brasil y Chile.

En los últimos dos años, sin embargo, parecen advertirse algunos cambios en las tendencias de la actividad turística en Argentina. El informe de avance del cuarto trimestre de 2015 (MINTUR, 2016), revela una estimación de las llegadas de turistas internacionales al país con una variación negativa del 3,3% en 2015 con relación a 2014. Las llegadas de turistas residentes en los países limítrofes registraron una variación negativa del 4,3%, mientras que las llegadas de turistas residentes en países no limítrofes decrecieron el 0,8%. En lo referente al turismo emisor, las salidas al exterior de turistas residentes en Argentina se incrementaron el 19,8% en 2015 respecto de 2014. Las salidas hacia países limítrofes crecieron un 22% y las salidas hacia países no limítrofes aumentaron un 13%.

La diferencia económica entre los ingresos originados por los arribos de turistas extranjeros al país y los egresos originados por las salidas al exterior de turistas argentinos generó una balanza de divisas con un saldo negativo para el año 2014 de 647,7 millones de dólares (MINTUR, 2014). Los datos provisorios para el año 2015 revelan que dicho déficit ha aumentado más del doble, alcanzando los 1.400 millones de dólares, donde tanto la balanza de divisas con los países limítrofes como la balanza de divisas con los países no limítrofes registraron valores negativos (MINTUR, 2016). Las expectativas para el año 2016 anuncian una balanza de divisas que continuaría profundizando el déficit en el sector turismo (Infobae, 2017), resultado que no es ajeno a la depreciación que sufrió la moneda local de un 36% en términos reales en diciembre de 2015 (BCRA, 2017).

6. Impacto del turismo en el desarrollo y el empleo en Argentina

Según el sistema de clasificación argentino, las Ramas Características del Turismo (RCT) incluyen a los sectores de Alojamiento, Restaurantes, Transporte y Otros Servicios Turísticos. La participación de estas actividades en el total de los puestos de trabajo de la economía del país alcanzó a 5,4% en 2014, lo cual equivale a 1,1 millones de puestos de trabajo. Esta cifra se ha mantenido estable en promedio durante el período 2010-2014 (MINTUR, 2014).

En el mismo reporte oficial, se destaca que el sector privado¹ genera casi el 95% de los puestos de trabajo en las RCT, lo cual es sustancialmente superior al 82% generado por el sector privado en el conjunto de ramas no características del turismo. Asimismo, las RCT tuvieron una participación del 6,7% respecto al total de puestos de trabajo generados por el sector privado de la economía.

¹ Patrones, cuentapropistas y asalariados del ámbito privado con o sin descuentos o aportes.

Los registros actuales también permiten conocer la distribución del empleo por sector turístico específico. El sector Restaurantes explica aproximadamente la mitad del total de puestos de trabajo de las RCT (46,2%); Transporte el 20,8%; Alojamiento el 7,6%; y Otros Servicios Turísticos el 25,4%. Otro dato interesante sobre el empleo es la remuneración mensual bruta a valores nominales promedio por puesto de trabajo en las RCT, el cual alcanzó US\$ 1.382 en el año 2014, una cifra inferior al promedio de todas las empresas del país donde la remuneración promedio mensual bruta alcanzó los US\$ 1.486.

Un dato que afecta directamente el desarrollo económico y de infraestructura, está relacionado con la evolución de la oferta de alojamiento hotelero y parahotelero.² En el año 2014 se observó un crecimiento del 91% en establecimientos y 55% en plazas respecto al año previo, alcanzando los 15 mil establecimientos y las 672 mil plazas. Particularmente, se duplicó la oferta de establecimientos parahoteleros, poniendo en evidencia la concentración de la mitad de la oferta de establecimientos turísticos y plazas en las provincias de mayor movimiento turístico (provincia de Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos y Ciudad de Buenos Aires).

Los movimientos turísticos internos de los residentes en Argentina adquieren una especial relevancia al considerar el destino de los turistas. En 2014, el 92,7% de los turistas residentes en el país eligió viajar dentro de las fronteras, lo cual contrasta con sólo un 7,3% de turismo emisor (MINTUR, 2014). Resulta muy significativo el turismo intraregional, revelando que el turista argentino se moviliza, en general, dentro de la misma región en la que reside.

En relación al perfil del turista internacional, una encuesta realizada en 2014 a turistas no residentes sobre “Actividades, calificaciones y aspectos influyentes en la decisión del viaje del turismo receptivo” permitió conocer y caracterizar las preferencias de los turistas extranjeros que visitaron Argentina.³

Los resultados sobre las principales actividades realizadas por los turistas internacionales fueron, de mayor a menor preferencia: a) Actividades culturales en lugares urbanos; b) Experiencias vinculadas a la gastronomía y el vino; c) Actividades de tango; d) Actividades programadas de compras en áreas comerciales. En sintonía con los aspectos que influyeron en la decisión del viaje, los visitantes extranjeros enfatizaron “los valores culturales y la variedad de tradiciones”; “la proximidad o fácil acceso desde su lugar de residencia” y “la relación precio/calidad de los servicios”. En particular, “la diversidad de la naturaleza y los paisajes” fue el aspecto más valorado por los visitantes europeos.

² Establecimientos hoteleros: hoteles de 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas, apart hotel, hotel boutique. Establecimientos parahoteleros: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalows, bed & breakfast, hospedajes, hosterías, residenciales.

³ La encuesta fue realizada a los turistas no residentes que ingresaron por cuatro accesos internacionales: Aeropuerto Internacional Ezeiza, Aeroparque Jorge Newbery, Aeropuerto de Córdoba y Puerto de Buenos Aires (MINTUR, 2014).

7. Conclusiones

En las secciones anteriores se hizo hincapié en algunos aspectos de la actividad turística que afectan al desarrollo económico, la competitividad y el empleo, donde este último puede también entenderse como un indicador de sostenibilidad del turismo en cuanto a su dimensión social (Perona y Molina, 2016). A nivel mundial, los estudios y datos disponibles dan cuenta de la importancia del turismo como motor de desarrollo en la actualidad, en casi todas las regiones del mundo. Incluso ante la convulsionada situación internacional de los últimos años, las proyecciones para el turismo siguen siendo positivas y optimistas, planteándose la hipótesis de que los turistas no dejan de viajar, sino que simplemente reconfiguran sus destinos turísticos. Esta es una tesis interesante, que sin dudas dará lugar a futuras líneas de investigación en la disciplina del turismo.

Con respecto a Argentina, el sector de Viajes y Turismo presenta notables potencialidades para el desarrollo y el empleo, arrojando al mismo tiempo señales que deberían tenerse en cuenta de cara a la evolución futura del sector. En adición a sus claras ventajas en términos de recursos naturales y culturales – que incluyen sitios como el Parque Nacional Los Glaciares, las Misiones Jesuíticas y la Ciudad de Buenos Aires –, algunos autores han estudiado al turismo como fuente de generación de desarrollo a nivel regional y provincial (véase, e.g., Descalzi, 2016). Esto es importante, ya que al ser Argentina un país grande en términos geográficos, la incidencia del turismo no es la misma en distintas regiones del noroeste, noreste, centro, patagonia, litoral o cuyo.

En relación a las debilidades, distintas investigaciones (IERAL, 2011; Perona y Molina, 2016; Descalzi, 2016) coinciden en mencionar, entre otros: a) la elevada dependencia del turismo doméstico, que presenta fuertes fluctuaciones con el ciclo económico; b) la falta de estrategias empresariales conducentes a diversificar mercados y promover de manera más efectiva la marca “Argentina” en el exterior; c) la volatilidad macroeconómica del país, dado que la alta inflación y fluctuaciones en el tipo de cambio han sido, durante las últimas décadas, causantes de grandes distorsiones de precios que sin dudas afectan las decisiones de los visitantes; d) la ausencia de un plan integral para promover la sustentabilidad ambiental, lo cual constituye una necesidad para preservar el recurso turístico, a la vez que una demanda por parte de los turistas más sofisticados; y e) la falta de infraestructura adecuada, ya que sólo algunos destinos puntuales dentro del país están preparados para abordar nuevas formas de turismo, como por ejemplo el creciente turismo de eventos y convenciones (OETTRA, 2014).

En suma, Argentina es un país rico en diversidad y recursos turísticos, que podrían ser utilizados de una manera más eficiente y a la vez mucho más sostenible, teniendo en cuenta tanto sus impactos ambientales como sociales. El turismo es una importante vía de generación de empleo y desarrollo de capacidades humanas, así como de capital físico, social y cultural. De cara al futuro, las expectativas son optimistas, siendo esencial el desarrollo de una buena planificación y cooperación institucional.

Referencias

ABC (2017). "Los ismos de los museos del siglo XXI: turismo y terrorismo". Consultado: 14/06/2017. En línea: http://www.abc.es/cultura/arte/abci-ismos-museos-siglo-turismo-y-terrorismo-201701060148_noticia.html

BCRA (2017). Índice del Tipo de Cambio Real Multilateral Diario Marzo de 2017. Buenos Aires: Banco Central de la Republica Argentina. Consultado 16/06/2017. En línea: <http://www.bcra.gob.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/TCRMMetodologia.pdf>

BLANKE, Jennifer; CHIESA, Thea (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*. New York: World Economic Forum

DESCALZI, Ricardo (2016). El turismo como fuente de creación de riqueza para las economías provinciales. En: Perona, Molina y Descalzi (eds.), *El Turismo en la Provincia de Córdoba. Aspectos Económicos y Desafíos para el Desarrollo*. Córdoba: Asociación Cooperadora de la FCE-UNC.

DINERO (2016). "Así perjudica el terrorismo al sector turismo". Consultado: 14/06/2017. En línea: <http://www.dinero.com/edicion-impresamundo/articulo/cuales-son-los-efectos-del-terrorismo-en-el-turismo/225919>

EL PERIÓDICO (2016). "El terrorismo y la geopolítica cambian el mapa de destinos turísticos". Consultado: 14/06/2017. En línea: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/economia/turismo-consecuencias-terrorismo-cambios-destinos-5339905>

IERAL (2011). Una Argentina competitiva, productiva y federal. El turismo internacional en la Argentina. *Documento de Trabajo*, Año 17, N° 103. Córdoba: IERAL de Fundación Mediterránea.

INFOBAE (2017). "En 2016 el campo compensó la pérdida de divisas por turismo, autos y energía". Consultado: 14/06/2017. En línea: <http://www.infobae.com/economia/2017/01/17/en-2016-el-campo-compenso-la-perdida-de-divisas-por-turismo-autos-y-energia/>

MINTUR (2014). *Anuario Estadístico de Turismo 2014*. Buenos Aires,: Ministerio de Turismo de la Nación. Consultado: 14/06/2017. En línea: <http://www.yvera.gob.ar/estadistica/documentos/anuarios>

MINTUR (2016). Turismo Internacional. Informe de Avance - Cuarto Trimestre 2015. Buenos Aires: Ministerio de Turismo de la Nación. Consultado: 14/06/2017. En línea: <http://www.yvera.gob.ar/recursos/estadistica/documentos/f3585329b91432be9b91bdbdd971cc0298640237.pdf>

OETTRA (2014). *Anuario 2014*. Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina. Buenos Aires: Ministerio de Turismo de la Nación.

PERONA, Eugenia; MOLINA, Efraín (2016). Evolución y etapas del desarrollo turístico en la provincia de Córdoba, Argentina: ¿Cuán lejos está el ideal del turismo sustentable? *Cuadernos de Turismo*, 37, pp.323-349.

RINGBECK, Jürgen; PIETSCH, Timm (2013). How to succeed as a tourism destination in a volatile world. En: Blanke y Chiesa (eds.), *op.cit.*, pp.43-47.

TURNER, Rochelle, SEARS, Zachary (2013). Travel & Tourism as a driver of employment growth. En: Blanke y Chiesa (eds.), *op.cit.*, pp.63-69.

UNWTO (2015a). Panorama OMT del turismo internacional. Madrid: Organización Mundial del turismo. Consultado: 14/06/2017. En línea: www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875

UNWTO (2015b). Reporte Anual 2014. Madrid: Organización Mundial del turismo. Cons.: 14/06/2017. En línea: <http://www2.unwto.org/annualreport2014>

UNWTO (2016). Comunicado de prensa No.16033, 06/05/16. Consultado: 14/06/2017. En línea: <http://media.unwto.org/press-release/2016-05-03/exports-international-tourism-rise-4-2015>

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor y
Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
 (Julio 2017)

LA VISIBILIDAD DEL PAISAJE INVISIBILIZA SU POTENCIAL COMO RECURSO TURÍSTICO

Elvira Alicia Lansse¹

Universidad Nacional de Misiones (UNaM)

E-mail: elalicialansse@gmail.com

“¿Viajas para revivir el pasado?, era en ese momento la preguntas del Khan, Que también podía formularse así: ¿viajas para encontrar el futuro? Y la respuesta de Marco Polo: el allá es un espejo en negativo, El viajero reconoce que es suyo al describir lo mucho que no ha tenido y que no tendrá”. Italo Calvino, “Las ciudades invisibles”

Resumen

Esta ponencia analiza la factibilidad de transformación de la Ruta Costera N°2 en un recurso turístico. Se considera que su posibilidad de desarrollo se relaciona con el diseño de estrategias que hagan posible su visibilización en tanto paisaje. Por ello, se considera que la viabilidad de su desarrollo pasaría por el diseño de una representación, una imagen de marca que permita el posicionamiento de este paisaje como un producto turístico integral. Su conversión en un recurso turístico sostenible puede redundar en diversos beneficios que favorezcan el desarrollo de las comunidades locales en las cuales está inserto.

Algunos de cuyos aspectos se analizan en la tesis de postgrado “*Modelos de Desarrollo Turístico Territorial en regiones productivas marginales*”, la misma se realiza en el marco del doctorado en Ciencias Humanas y Sociales.

Palabras Claves: Visibilidad del paisaje, Representación, Recurso Turístico, Producto Turístico.

Introducción

Este ensayo analizará el problema de la representación del paisaje de la ruta Costera N° 2 en la provincia de Misiones, Argentina. Situación curiosa y paradójica en la que lo visible se manifiesta a través de un paisaje natural exuberante y la presencia de comunidades locales² que al mismo tiempo se invisibiliza como recurso turístico debido a la carencia de una representación³ que permita su valoración por la comunidad local y su reconocimiento por parte de los potenciales turistas.

La Ruta Provincial N° 2, denominada “Ruta Costera del Río Uruguay” o Parkway y a partir del Decreto N° 462/05 como “Papa Juan Pablo II”. Ésta se localiza en la provincia de Misiones, Argentina, en la frontera con la República Federativa de Brasil. La misma fue creada

¹ Guía y Licenciada en Turismo de la Universidad Nacional de Misiones (UNaM), Magister en Desarrollo y Gestión del Turismo de la Universidad Nacional de Quilmes, Doctoranda del Doctorado en Ciencias Humanas y Sociales UNaM. Jeje de Trabajos Prácticos Regular cátedras Productos Turísticos Mundiales. Investigadora Categoría IV. Integrante del equipo en los proyectos de investigación: “*Diagnóstico del destino turístico Posadas - Encarnación (2015-2017)*” Código: 16H/416 y “*La gestión de calidad en empresas turísticas de Posadas (Argentina) y Encarnación (Paraguay) como destino turístico binacional. Análisis del programa SIGO y propuestas de medición integral de gestión de calidad.*” Código 16H/415. Autora de libros. Universidad Nacional de Misiones. E mail: elalicialansse@gmail.com.

² Para este trabajo se denomina comunidades locales a los habitantes guaraníes, inmigrantes de otros países y más reciente los foráneos provenientes de las grandes capitales de la Argentina.

³ Si bien tiene determinados recursos turísticos como los saltos del Moconá, la Huella Guaraní, la Ruta de la selva cuya representación fue construida por el gobierno provincial y empresarios del sector turístico y goza de cierto reconocimiento en el mercado, no obstante, existen sectores de la Ruta Costera N°2 que no han sido incorporados en el proceso de construcción de la imagen de marca, ciertos recursos que no han sido tenidos en cuenta en el proceso del diseño de dicha representación.

bajo Decreto 1373/2 como “Ruta Parque”. Se compone de 16 municipios distribuidos en 7 departamentos, comienza en la localidad de Azara, departamento Apóstoles y finaliza en el Parque Provincial Moconá, departamento San Pedro, en plena Reserva de Biosfera Yabotí. Abarca una superficie de 360.082 ha., una extensión total de 294 km. de largo y una franja de 10 km. de ancho de cada lado de la ruta. Su importancia radica en que es la única en la Provincia que cuenta con un espacio protegido bordeando el Río Uruguay y por su valor como herramienta para la conservación del paisaje, los recursos naturales y culturales, además de su belleza paisajística y de su valor histórico. La ruta Provincial Nº 2, presenta algunos recursos turísticos consolidados y otros factibles de desenvolver ya que cuenta con una diversidad de los mismos. (Lansse, Elvira, 2014: 17 y 19).

Esta condición habilita la formulación de ciertos interrogantes ¿es posible pensar en una representación del paisaje como un producto turístico integral que posibilite su instalación en el mercado? ¿Se podría pensar la transformación del mismo en un recurso turístico sostenible que beneficie a la comunidad local? ¿Qué rol podría desempeñar la comunidad local en el desarrollo de dicha representación?

Desde la perspectiva de Peirce la representación se correlaciona con el funcionamiento del signo triádico

“Un signo, o representamen, es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún lugar aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o, tal vez, un signo aún más desarrollado. Este signo creado es lo que yo llamo el interpretante del primer signo. El signo está en lugar de algo, su objeto. Está en lugar de ese objeto, no en todos los aspectos, sino sólo con referencia a una suerte de idea, que a veces he llamado el fundamento del representamen” (Peirce, Charles; 1986: 22).

Este autor define la acción de representar en los siguientes términos *“Estar en lugar de otro, es decir, estar en tal relación con otro que, para ciertos propósitos, se sea tratado por ciertas mentes como si fuera ese otro”* (idem: 43).

Se plantea aquí la posibilidad de representar parte del paisaje natural de la Ruta Costera Nº 2, se propone la construcción de productos como una estrategia que apunta no solo a la explotación turística, sino a la conservación de un recurso natural en serio riesgo de desaparición. En concordancia con los postulados de la UNESCO acerca de *“que ciertos bienes del patrimonio cultural y natural presentan interés excepcional que exija se conserve como elemento del patrimonio mundial de la humanidad entera (...) la conservación de esos bienes únicos e irremplazables”* (UNESCO, 1972). Se trata entonces de satisfacer las necesidades tanto económicas, sociales y medioambientales de la generación presente sin comprometer las mismas a las futuras generaciones.

Aquí no solo se plantea el representamen como pueden ser las imágenes visuales, sonoras, táctiles, recuerdo plasmado en un video, un film, una fotografía, restos cromáticos, sino también el valor que cada uno le va a dar, comúnmente lo llamamos en turismo las *“utilidades vivenciales”*, son las emociones y sentimientos del turista provocados por la experiencia que pudo haber vivido, la posibilidad de realización de esa experiencia única podría concretarse en espacios de fronteras como el analizado, cuyo paisaje está conformado por un retazo de naturaleza, salvaguardado de un proceso brutal de destrucción del ambiente. La posibilidad de reconocimientos de estos lugares pasa por el diseño de representaciones que lo instalen y lo hagan conocido en el mercado, para ello resulta estratégico crear, mantener o transformar imágenes que la representen y que lo pongan en diálogo con eventuales turistas. En estos *“tiempos contemporáneos”* donde pareciera que el capitalismo es lo más importante, por ello resulta clave diseñar estrategias para captar el interés de turistas buscar espacios tranquilos para descansar, lejos de la vida de traqueteos que se vive en las grandes ciudades por y la búsqueda de lo novedoso, lo que no ha experimentado todavía, lo no masificado, lugares prístinos, poco intervenidos por el hombre, pero esencialmente buscan la interacción con los residentes locales, conocer sus costumbres e interactuar con ellos en sus quehaceres habituales. Hacer conocido este tipo de lugares posibilitaría capitalizar esos intereses en beneficio de las comunidades locales.

En palabras de Franco Berardi

“El capitalismo contemporáneo puede ser definido como semiocapitalismo porque la mercancía tiene un carácter semiótico y porque su proceso de producción se identifica cada vez más con la elaboración de signos-información. En la esfera del semiocapital, la producción económica cada vez está más ligada a los procesos de intercambio lingüístico, como señalan Chistian Marazzi y Paolo Virno. Gracias al lenguaje podemos crear mundos compartidos, formular enunciados ambiguos, elaborar metáforas, simular acontecimientos o simplemente mentir. La semioeconomía es la creación de mundos, de castillos de metáforas, de imaginaciones, de previsiones, de simulaciones y mentiras” (Berardi; Franco; 2011:25).

Los que se encargan de promocionar un destino turístico, juegan estratégicamente con la elaboración de metáforas con el afán de vender “paraísos terrenales”. En esta perspectiva sería posible pensar el diseño de una representación que atraiga, persuada, seduzca al turista, y por ende se plantee la posibilidad de percibir estos mundos diferentes o exóticos en relativa lejanía, donde se juega con la posibilidad de experimentar nuevas formas y emociones aportadas por la exuberancia del paisaje natural inserto en un ámbito de frontera.

Esta representación en el imaginario de los turistas debe estar concebida en estrecha relación con el concepto de “sostenibilidad” como lo plantea Max Neef y otros que no solo se debe entender desde el punto de vista medio ambiental, patrimonial, etc. sino que también hace referencia a las vertientes económicas, sociales y culturales de toda actividad económica y principalmente la turística. (Max Neef, Manfred y otros; 1986:3 y 4). Este es un concepto complejo e integral que puede tener diversos enfoques que integra las dimensiones físicas, biológicas y socioculturales y en especial pone el énfasis en sus relaciones.

Esto nos acerca a la idea que los elementos que componen este espacio, deben tener un manejo que apuntan a la promoción de actividades turísticas de bajo impacto y que coadyuven a la preservación de los recursos en esta actividad. En este proceso juega un rol relevante la comunidad local, a través de la concientización de los agentes y actores locales, dado que, son estos los defensores y los promotores de que esto se lleve adelante adecuadamente y que perdure en el tiempo.

En primer lugar plantearse la cuestión de comunidad⁴ supone pensar a cerca de todo aquello que se comparte. ¿Cabría preguntarse si la comunidad valora al paisaje como potencial recurso turístico?, quizás una pista para responder a este interrogante se encuentre cuando se logra determinar si la comunidad reconoce los posibles beneficios en post del mejoramiento de su calidad de vida. La construcción de la representación con participación de la comunidad local podría transformarse en una estrategia que permita la revalorización del espacio compartido.

Es de destacar que este espacio está inserto en zonas rurales fronterizas de la Provincia de Misiones, como señala Camblong.

“en este escenario coexisten las lenguas oficiales en uso: español-argentino, (...) portugués-brasileño; esta nominación abstracta solapa múltiples variante mestizo-criollo que los ajetreos históricos han amalgamado en tantos años de intercambios, fusiones y fricciones semióticas sujeta a decisiones políticas centralizadas y a las resoluciones prácticas de la vida cotidiana (...) en la frontera con Brasil se ha consolidado el uso del portuñol” (Cambong, Ana; 2014:11 y 12).

Aquí hay otro elemento que se pone en juego en este mestizaje extraordinario, esas características únicas y propias de un lugar de frontera permeable, esos saberes compartidos, que se plasman en nuestro *lenguaje coloquial*, el *saber hacer* relacionado con la herencia de nuestros antepasados, el relacionarse con los demás, el vivir cotidiano es diferente a otros partes donde sus características también son disímiles.

Este beneficio para la comunidad local de alguna manera llega, y para que perdure en el tiempo es necesario tomar conciencia hasta donde podemos tomar de la naturaleza ciertos elementos y protegerlos, ser conscientes en nuestros hábitos entre esta interacción humana respecto a la apropiación por parte de cada habitante local como así también de los turistas.

⁴ Ver Roberto Espósito (2007): *Communitas. Origen y destino de la Comunidad*.

Aquí deberíamos pensar en políticas de intervención, promoción y regulación de las actividades, mediante una adecuada planificación impulsada desde los organismos públicos responsables y haciendo partícipes a la comunidad local, de esta manera evitar la sectorización en el manejo y la disponibilidad de recursos que puede generar, un reparto inequitativo de la renta que beneficie a unos pocos. Aquí la población en su conjunto debe tener un papel activo de intervención a través de alguna forma organizativa. Como dice De la Torre *“La política turística es producto de la política general de un Estado y estará superditada siempre a razones de orden público”* (De la Torre, Oscar; 1980:231 en Getino Octavio). En fundamental las iniciativas comunitarias locales, de esta manera los aportes desde cada lugar, en los diferentes planes y proyectos contribuirían a un mejor aprovechamiento en post de dar respuestas y satisfacer las necesidades de la población, sino, por lo contrario, beneficiará a un reducido sector socioeconómico con ciertos intereses empresariales privados en desmedro de los intereses de la comunidad local.

En este espacio de la Ruta Costera N° 2 que posee valiosos recursos que pueden ser puestas para el consumo turístico, es fundamental, que la comunidad se apropie de ese bien para que no se imponga una política depredadora en beneficio del lucro inmediato sin pensar en medidas necesarias para su preservación, así de esta manera conservar un patrimonio para el disfrute de las futuras generaciones. Pensando en hacer visible algo que en apariencia se invisibiliza frente a los ojos de los posibles turistas.

El patrimonio puede generar riquezas cuando se transforma en un recurso turístico siempre y cuando éste puede influir en el empleo que contribuya a la mejora de la calidad de vida. No debemos olvidar que, si pensamos en crear productos turísticos de bajo impacto, poco invasivos en el medio natural, los mercados tienen que ser creados y gestionados.

El rol que le cabe a la comunidad local frente a dicha representación, es el desarrollo, que muchas veces trae consigo grandes promesas de progreso. En ese sentido cuando se habla de desarrollo, se debe atender entre otras cosas como señala Sergio Molina *“la defensa de las culturas tradicionales y el entorno natural, y la integridad de los individuos y las familias. El auténtico desarrollo se ocupa, además, de los procesos de movilidad social, el empleo seguro, la seguridad social, y el acceso universal a una amplia gama de servicios”* (Molina, Sergio; 2005:194 y 195). El turismo industrial no está comprometido en resolver estas cuestiones. En ese sentido Molina plantea que el *turismo creativo* es una nueva síntesis política, social y económica y plantea resolver las carencias generadas por el turismo industrial: *desigualdades, rezagos, fragmentación social, perspectivas inminentes materialista de la vida, marginación, prejuicios ideológicos, empobrecimiento intelectual y emocional, apatía ciudadana y en general una amplia lista de subdesarrollos diversos.* (idem), aquí el protagonista es la comunidad y sus integrantes.

En ese sentido el turismo creativo ofrece miradas nuevas, creativas y experimentales, aprovechando las grandes capacidades humanas y de los recursos naturales y culturales que existen es este espacio de análisis –Ruta Costera N°2-, es un turismo que integra y que los actores locales sean los protagonistas de su propio desarrollo.

Cito a continuación una reflexión de Frangialli: *“Si las naciones no fuesen diferentes, si las personas no tuviesen diferentes costumbres, si las arquitecturas, las artes y artesanías fueran iguales, no existirían razones para que la gente viajara y para tratar de descubrir el mundo en la búsqueda de experiencias auténticas”* (Frangialli, Francesco. OMT).

Este turismo creativo tiene según Molina varios retos

“desestabilizar las categorías de turismo industrial, cuestionar las representaciones del turismo industrial, que pretende erigirse como El Turismo, como el modelo de desarrollo (...) pero sus desafíos también consisten en profundizar en su propio lenguaje y propuestas, para que así pueda ampliar su liderazgo y la efectividad de sus intervenciones en las cuales se instala (...) liderazgo significa aprender la abundancia local para crear riqueza, movilizar talentos y capacidades individuales y sociales, desarrollar nuevos activos intangibles como el trabajo grupal, la solidaridad, la colaboración, la efectividad y la confianza, (...)” (Molina, Sergio; 2005:196).

En ese sentido, el turismo creativo promueve el diseño de una estrategia dinamizadora, sugiere la posibilidad de diseñar un proyecto donde se resalten las posibilidades y capacidades propias de las comunidades, no pensamos solo en el desarrollo económico, sino también en

estimular diferentes valores sociales. Este vínculo entre el turismo creativo, el espacio y los diversos intereses se da en forma natural. Molina sugiere que para proveer el desarrollo de un destino turístico y su comunidad resulta estratégico el avance del turismo industrial, sin desconocer la relevancia del desarrollo y la inclusión del turismo creativo.

En ese contexto la creatividad la innovación y fundamentalmente la educación para el turismo creativo, juegan un rol primordial, se plantea aquí la necesidad de establecer una red de actores –comunidad local, el ámbito estatal y privado con la sociedad del conocimiento-, con una adecuada planeación y de esta manera las metas del éxito pueden ser realizables y alcanzables.

Este plan de desarrollo del turismo creativo donde se debe tener en cuenta técnicas participativas, cual es el significado para la comunidad local, selección de oportunidades de innovación con el fin de generar nuevas realidades en un mundo globalizado y donde lo local debe ser resguardado.

*“Si no es ahora, ¿cuándo?; Si no es aquí, ¿dónde?;
Si no somos nosotros, ¿quién?; Si no es con nosotros, ¿cómo?;
y Si no es para nuestro beneficio, ¿para qué? Sergio Molina.*

A modo de cierre

Con el afán de hacer visible un paisaje, que en apariencia se encuentra invisibilizado como un potencial producto turístico factible de ser instalado en el mercado, resulta conveniente no dejar de lado ciertas cuestiones como la siguiente: ¿para qué visibilizarlo? por el mero hecho de hacer visible algo que en apariencia no lo es? o solo si esta posibilidad aporte algún cambio viable que promueva una transformación significativa en el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades de la Ruta Costera N° 2, en ese contexto cuyo objetivo es preservar el bien público o el patrimonio, animarlo y mediante la interpretación transformarlo en un recurso turístico con gran potencial de base sostenible y asegurar también un reconocimiento social, esto se puede lograr mediante el planteo de Molina el cual propone el desarrollo de un turismo creativo donde se preserven los recursos naturales para las generaciones futuras y este genere algún beneficio para las comunidades locales.

En síntesis, la posibilidad de visibilización como recurso turístico radica en la construcción de una representación que permita una puesta en escena en el mercado turístico de un paisaje único en la provincia de Misiones.

*“Somos lo que hacemos para cambiar lo que somos”
Eduardo Galeano en Getino Octavio.*

Bibliografía

- ⇒ Anguiano Herrera, Laura E. (2005): *Reseña del Libro de Molina, Sergio: Turismo Creativo: El fin de la competitividad*. Revista El Periplo Sustentable N° 28. Universidad Autónoma del Estado de México. ISSN: 1870-9036.
- ⇒ Berardi, Franco (2011): *Semiocapitalismo y totalitarismo mediático*, en Revista De Signis/17. Buenos Aires: La Crujía, pp. 24-32.
- ⇒ Calvino, Italo (2013): *Las ciudades invisibles*. Editorial Siruela/Grupal. Buenos Aires.
- ⇒ Camblong, Ana (1999): *Habitar la Frontera*. En Revista De Signis 13 Fronteras Teresa Velázquez (coordinadora). La Crujía Ediciones. Buenos Aires, Argentina.
- ⇒ Camblong, Ana (2000): *Paradojas: Pasiones del pensar...* en Revista el Murciélago N° 12. Buenos Aires, Argentina. Pp. 12 a 15.
- ⇒ Camblong, Ana (2002): *Problemas de las culturas en contacto*. En Revista Estudios Regionales. Secretaria de Investigación y Postgrado. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. UNaM. Año 10, Número 21. Pp. 75 a 82.
- ⇒ Cangi Adrián (ed.) (2015): *Cantos del pueblo. Imágenes de mundo, en: Imágenes del Pueblo*. Ed. Cuadrata. Buenos Aires, Argentina.
- ⇒ Espósito, Roberto (2007): *Communitas. Origen y destino de la Comunidad*. Amorrortu editores. Buenos Aires.

- ⇒ Foucault, Michel (2003): *Las Palabras y las Cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XXI Editores. Buenos Aires, Argentina.
- ⇒ Frangialli, Francesco. *Introducción del Turismo*. OMT, Organización Mundial del Turismo.
- ⇒ Getino, Octavio (2003): *Turismo. Entre el ocio y el negocio*. Ediciones CICCUS – La Crujía. Buenos Aires, Argentina.
- ⇒ Lansse, Elvira (2014): *Diagnóstico y potencialidades para el diseño de un clúster turístico. Región Ruta Costera del Río Uruguay, Misiones, Argentina*. Editorial Universitaria de la Universidad Nacional de Misiones. Misiones, Argentina.
- ⇒ Max-Neef, Manfred y otros (1986): *Desarrollo a Escala Humana*, en Developmentm dialogue, número especial. Fundación Dag Hammarskjold, Uppsala. Suecia.
- ⇒ Rosset, Clément (2014): *Lo Invisible*. Editorial El cuenco de plata. Buenos Aires.
- ⇒ UNESCO (1972): *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. Disponible en www.unesco.org.

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual
Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

ETICA EMPRESARIAL EN TURISMO DE LA PROVINCIA DE SAN JUAN.

Lidia Adela García

Maria Irene Marinzalda

Universidad Nacional De San Juan- Facultad De Ciencias Sociales. Instituto de Investigaciones
Administrativas Contables.
mimarinzalda@gmail.com

RESUMEN

A través del presente artículo, se pretende describir la ética empresarial desde la perspectiva de la responsabilidad social corporativa en las empresas turísticas de la Provincia de San Juan, desarrollando algunos enfoques y visiones que sobre este tema se ha observado en los últimos tiempos.

PALABRAS CLAVES: responsabilidad social, ética y empresa, sostenibilidad.

ABSTRACT

Through this article, we intend to describe the business ethics from the perspective of corporate social responsibility in the tourism companies of the Province of San Juan, developing some approaches and visions that on this subject has been observed in recent times.

KEYWORDS:

Social responsibility, Ethics and business, sustainability

1. Introducción

La ética empresarial es una herramienta necesaria para el buen funcionamiento de la empresa mediante la asunción de principios como el respeto, la responsabilidad etc. además implica una oportunidad para lograr ventajas competitivas.

“Las empresas no siempre quiebran por falta de recursos sino por su administración frente a los clientes, los colaboradores, la comunidad y el estado.” Félix Campoverde Vélez.

Amartya Sen sostiene que *“La ética introduce un acervo normativo, basado en principios y valores, que limita la racionalidad convencional, esencialmente la racionalidad económica y tecnocrática, y establece un nuevo marco relacional en el ámbito de los negocios”*.

“El Código Ético Mundial para el Turismo: es El Marco fundamental de referencia para el turismo responsable y sostenible, representa un conjunto de principios concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico. Dirigido a gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turistas por igual, su objetivo es ayudar a maximizar los beneficios del sector, minimizando a la vez sus posibles consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de alrededor del mundo.

Aprobado en 1999 por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, su reconocimiento dos años después por las Naciones Unidas alentó explícitamente a la OMT a promover el cumplimiento real de sus disposiciones. Aunque el Código no es jurídicamente vinculante, incorpora un **mecanismo de aplicación voluntaria** a través de su reconocimiento del papel del **Comité Mundial de Ética del Turismo**, al que las partes pueden remitir cualquier cuestión relativa a la aplicación e interpretación del documento.

Los **diez principios** del Código cubren ampliamente los componentes económico, social, cultural y ambiental de los viajes y el turismo:

Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades.

Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.

Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible.

Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.

Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.

Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.

Artículo 7: Derecho al turismo.

Artículo 8: Libertad de desplazamiento turístico.

Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.

Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo.¹

*“En 2011, la OMT formuló el Compromiso del sector privado con el **Código Ético Mundial para el Turismo**, abierto a la firma de empresas privadas del mundo entero. Al firmar el Compromiso, las empresas prometen respetar, promover y asumir los valores del desarrollo de un turismo responsable y sostenible defendido por el Código. Se comprometen además a informar al Comité Mundial de Ética del Turismo sobre el cumplimiento de los principios del Código en la gobernanza de sus empresas.*

Prestar especial atención a los aspectos sociales, culturales y económicos es uno de los principales objetivos del Compromiso, que trata de recabar una atención especial para cuestiones tales como los derechos humanos, la integración social, la igualdad entre los géneros, la accesibilidad y la protección de los grupos vulnerables y de las comunidades receptoras.

Los primeros en firmar el Compromiso con el Código Ético fueron once de las más destacadas empresas turísticas de España durante el primer Congreso Internacional de Ética y Turismo,

¹**Código Ético Mundial para el Turismo** <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>

Marinzalda, María Irene . Mgter. En Economía y Administración Estratégica de Negocios, Contadora Pública Nacional. Titular de la Cátedra de Contabilidad II e investigadora en el Instituto de Investigaciones Administrativas y Contables, ambas de la Facultad de Ciencias Sociales , de las carreras de Contador Público y Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional de San Juan, San Juan , República Argentina.
Docente en la Cátedra Proyectos de la Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, Universidad Nacional de San Juan, San Juan, Argentina.

celebrado en Madrid (España) el 16 de septiembre de 2011. La mayoría de las empresas firmaron también el Código de Conducta para la protección de los niños frente a la explotación sexual en el turismo y la industria de viajes (ECPAT).

En esta ocasión, el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai, observó: Para que el turismo responsable sea una realidad tangible en nuestro mundo, es esencial que el sector privado, al igual que sus contrapartes en las instituciones públicas, se adhieran a los principios de un turismo ético, sostenible y accesible para todos. Hoy en día, estas compañías han profundizado en su dedicación a la responsabilidad social de las empresas para apoyar la protección y el progreso de los grupos vulnerables, los consumidores y el patrimonio de la humanidad, para defender la igualdad entre hombres y mujeres, la reducción de la pobreza, la accesibilidad y la sostenibilidad cultural y ambiental y para facilitar el acceso a un trabajo digno en todo el planeta².

² **Compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial para el Turismo**

<http://ethics.unwto.org/es/content/compromiso-del-sector-privado-con-el-codigo-etico-mundial-para-el-turismo>

Marinzalda, María Irene . Mgter. En Economía y Administración Estratégica de Negocios, Contadora Pública Nacional. Titular de la Cátedra de Contabilidad II e investigadora en el Instituto de Investigaciones Administrativas y Contables, ambas de la Facultad de Ciencias Sociales , de las carreras de Contador Público y Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional de San Juan, San Juan , República Argentina.
Docente en la Cátedra Proyectos de la Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, Universidad Nacional de San Juan, San Juan, Argentina.

2. Aplicación de la ética en el Turismo

El Código Ético Mundial para el Turismo, tiene diez artículos, nueve de ellos orientan el accionar para los destinos, los gobiernos, los tours operadores, los promotores, los agentes de viajes, los empleados y los propios viajeros.

El último artículo propone las soluciones de litigios. Describiendo un mecanismo de aplicación del código.

A continuación se realiza una descripción del articulado propuesto por El Código Ético Mundial para el Turismo respecto a su aplicación en la provincia de San Juan.

2.1 Contribución del Turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades: La población de San Juan es una comunidad que respeta y festeja las tradiciones puestas de manifiesto en las distintas festividades organizadas desde la Provincia y los Municipios. (Fiesta del Sol, Fiesta de la Tradición, Fiesta carneo español.) Otro aspecto a considerar es el gran acervo católico a través de la conmemoración de las festividades religiosas en las distintas comunidades de la Provincia (Fiesta de Santa Lucía, Ascenso a las Sierras Azules en semana Santa, Fiestas patronales en los distintos Municipio).

Los actores del turismo en la provincia han logrado concientizarse sobre la importancia de conocer y respetar la idiosincrasia de los turistas que visitan el destino, a través de la educación y formación se sus profesionales para brindar un servicio de calidad y un recibimiento hospitalario.

Las autoridades públicas brindan seguridad y protección a los turistas y visitantes y en particular a los extranjeros.

2.2 Turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo: las actividades turísticas en la provincia apoyan las características de las personas mayores y con discapacidad, por ejemplo los viajes que se organizan a los jubilados, los viajes de estudio.

En la provincia existen desplazamientos de turistas:

En fechas de *connotación religiosa*:

-En semana Santa: Ascenso a las Sierras Azules.

Procesión a la Difunta Correa.

Recorrido a las siete Iglesias de la Capital.

- Procesión a la Virgen Santa Bárbara de Mogna.

- Peregrinación a San Expedito.

- Recorrido al Santuario Gaucho José Dolores.

- Peregrinación a la Gruta de Nuestra Señora de Fátima.

También existen desplazamientos de Turista con motivo de Congresos relacionados a temas de *salud y educación*.

En lo *Deportivo* la provincia a sido sede de varios eventos futbolísticos Nacionales cuya sede ha sido el Estadio del Bicentenario.

Otras competencias deportivas como el Mundial de Jockey, fueron realizadas en la provincia.

En San Juan existen eventos anuales de turismo aventura, como el rafting, kitesurf, parapente, escalada, surf, carrovelismo, mountain bike, trekking, kayak, wind surf.

Un evento deportivo importante de destacar que se realiza anualmente es el *Cruce de los Andes* con la participación de las autoridades Provinciales, Nacionales, Internacionales.

Culturalmente la provincia ofrece espectáculos diversos en los distintos

Teatros como Bicentenario, Teatro Sarmiento, Teatro de Albardón y el tradicional Auditórium Juan Victoria.

Anualmente se realizan *eventos Populares* como la Fiesta Nacional del Sol, la Fiesta Provincial del Carneio Español, la Fiesta de la Tradición entre otras.

A. En relación a los derechos y explotación de los seres humanos en cualquiera de sus formas, en la República Argentina se ha realizado especial hincapié en las campañas y la legislación sobre la protección de los derechos de la infancia en Turismo. En el año 2013 el Ministerio de Turismo de la Argentina aprobó un programa denominado «Turismo

responsable e infancia» que engloba varias actuaciones de cooperación interministerial, de sensibilización en el seno del sector académico y de cooperación con el sector privado.

B. En relación al desplazamiento de los turistas por distintos motivos el destino San Juan es pionero en la organización de Congresos y Eventos.

La Universidad Nacional de San Juan en sus distintos estamentos favorece el intercambio y /o cooperación sobre todo educativo más que turístico con programas propuestos por distintos países.

A nivel provincial se han implementado talleres de educación y entrenamiento sobre las distintas actividades del turismo: mozo, recepcionistas, cocinero, mucamas, idiomas etc. Existen desplazamientos por razones laborales en un porcentaje considerable.

El turismo religioso merece una mención especial en razón de que son varios los lugares y épocas donde las personas se desplazan por este motivo: en semana Santa La Difunta Correa, y la visita a las Sierras Azules. En abril la Fiesta de San Expedito, Junio Fiesta Patronal de San Antonio de Padua en el dpto de Sarmiento, en Diciembre Santa Bárbara de Mogna, entre otras.

Dentro del acervo cultural sanjuanino se encuentra la Fiesta Nacional del Sol.

Otro lugar turístico muy visitado y de destino Internacional es el Parque de Ichigualasto el que se encuentra protegido como reserva arqueológica y paleontológica.

La provincia cuenta con un observatorio astronómico importante: El Complejo El Leoncito es uno de los observatorios localizados en el Parque Nacional El Leoncito en el Departamento Calingasta Provincia de San Juan.

2.3. El turismo como factor de desarrollo sostenible

La provincia de San Juan cuenta con una tasa de ocupación hotelera entre 2 y 3 días, motivo por el cuál no existe una fuerte presión de la actividad en ninguno de los tipos de turismo que en ella se desarrollan.

En la provincia de San Juan existen reservas protegidas como el Parque Nacional El Leoncito, La Reserva de San Guillermo, el Parque Nacional de Ischigualasto.

2.4. Como factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad

En la Provincia existe un gran número de Museos que conservan el acervo cultural de la misma, también están las grandes reservas mencionadas en el punto anterior las que son protegidas, conservadas y los fondos recaudados son utilizados en su conservación.

2.5. El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino:

En San Juan las empresas turísticas tienen las características de pequeñas Pymes locales.

El turismo es una actividad insipiente en la Provincia, cuyo impacto en el PBI es de 0.8 % (2015).

Los municipios cuentan con fiestas típicas en cada uno de ellos: Fiesta de la Tradición

En Jachal, Fiesta provincial del carneo en Rawson, Fiesta de la manzana en Iglesia, Competencia automovilísticas en Albardón y Valle Fértil, entre otros. Estas fiestas se encuentran planificadas de manera que no se superpongan entre ellas.

Es de hacer notar que las mismas en general son organizadas en cada uno de los municipios y el personal que participa es únicamente del radio del mismo.

2.6. Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.

Los agentes del turismo llámese Agencias de viajes, de Transporte, Hoteles, Tours organizados y Guías turísticos, cuentan y deben cumplir con toda la legislación vigente en materia turística a nivel provincial y nacional.

Los turistas argentinos en el exterior y los extranjeros en el país cuentan con seguros de cobertura médica.

En la zona de San Juan hay suficiente información en relación a las medidas que lleva a cabo defensa civil en caso de que se produzcan sismos, y con respecto a otros eventos climáticos se siguen los protocolos comunes a nivel internacional.

2.7. Derecho al turismo

En relación a algunos deportes como turismo aventura, montañismo, que hasta hace poco tiempo no contaban con seguro y se realizaban libremente, por disposición de autoridades provinciales para ciertas campañas se ha dispuesto la cobertura de seguros. Algunos gremios en la provincia de San Juan organizan viajes de turismo social a bajo costo para que sean aprovechados por personas de escasos recursos o de una condición especial (jubilados, minusválidos).

2.8. Libertad de desplazamiento turístico

Con arreglo al derecho internacional, los turistas y visitantes del extranjero se beneficiarán de la libertad de circular por el interior de sus países y de un Estado a otro, de conformidad con el artículo 13 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y podrán acceder a las zonas de tránsito y estancia, así como a los sitios turísticos y culturales sin formalidades exageradas ni discriminaciones.

En nuestro país en el art. 14 de la Constitución Nacional se establece que *“Todos los habitantes de la Nación gozan de los siguientes derechos conforme a las leyes que reglamenten su ejercicio; a saber: de trabajar y ejercer toda industria lícita; de navegar y comerciar; de peticionar a las autoridades; de entrar, permanecer, transitar y salir del territorio argentino; de publicar sus ideas por la prensa sin censura previa; de usar y disponer de su propiedad; de asociarse con fines útiles; de profesar libremente su culto; de enseñar y aprender”*.

“2. Se reconoce a los turistas y visitantes la facultad de utilizar todos los medios de comunicación disponibles, interiores y exteriores. Se beneficiarán de un acceso rápido y fácil a los servicios administrativos, judiciales y sanitarios locales, y podrán ponerse libremente en contacto con las autoridades consulares del país del que sean ciudadanos conforme a los convenios diplomáticos vigentes.

3 Los turistas y visitantes gozarán de los mismos derechos que los ciudadanos del país que visiten en cuanto a la confidencialidad de los datos sobre su persona, en particular cuando esa información se almacene en soporte electrónico.

4. Los procedimientos administrativos de paso de las fronteras establecidos por los Estados o por acuerdos internacionales, como los visados, y las formalidades sanitarias y aduaneras se adaptarán para facilitar al máximo la libertad de los viajes y el acceso de la mayoría de las personas al turismo internacional. Se fomentarán los acuerdos entre grupos de países para armonizar y simplificar esos procedimientos. Los impuestos y gravámenes específicos que penalicen el sector turístico y mermen su competitividad habrán de eliminarse o corregirse progresivamente.

5. Siempre que lo permita la situación económica de los países de los que procedan, los viajeros podrán disponer de las asignaciones de divisas convertibles que necesiten para sus desplazamientos.”³

2.9. Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector Turístico.

En nuestro país la Ley 20744 establece el contrato de trabajo de todos los trabajadores incluidos los del sector turístico.

CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social Empresarial reporta un compromiso de las empresas desde el punto de vista ético social y medio ambiental dentro del entorno en que actúa aunque la prioridad desde el punto de vista estratégico la tenga la dimensión económica.

La manera en que estas empresas integran esas dimensiones en sus estrategias y operaciones es muy abierta y requiere la participación de administradores, sindicatos y Otras organizaciones que la complementan.

En los últimos años se ha ido profundizando el concepto de ética empresarial en las dimensiones de la economía, de la empresa y de la sociedad.

³ CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO. Art. 8, “Libertad de desplazamiento turístico”.. (13.10.2006) -Última modificación.

Marinzalda, María Irene . Mgter. En Economía y Administración Estratégica de Negocios, Contadora Pública Nacional. Titular de la Cátedra de Contabilidad II e investigadora en el Instituto de Investigaciones Administrativas y Contables, ambas de la Facultad de Ciencias Sociales , de las carreras de Contador Público y Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional de San Juan, San Juan , República Argentina.
Docente en la Cátedra Proyectos de la Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, Universidad Nacional de San Juan, San Juan, Argentina.

A su vez en nuestra provincia el sector Turístico está conformado por pequeñas y medianas empresas y tienen un rol importante en el crecimiento económico con inclusión social, por lo que la asimilación e implementación de los conceptos de RSE por parte de las PYMES tienen un fuerte impacto en el desarrollo sustentable del país.

El desempeño ético en una empresa turística, presupone el reconocimiento institucional lo que involucra una actitud consciente y responsable, en la medida en que introduce transparencia, reduce la asimetría de la información y genera confianza institucional.

A la vez el desempeño ético facilita las relaciones cooperativas con el medio en el que interactúa permitiendo mejoras competitivas para la empresa.

En trabajos anteriores se ha investigado sobre los Activos Intangibles y su valuación: el Capital Humano⁴. En el mismo se reconoce y describe al Capital Humano como una variable competitiva que agrega valor.

En el análisis se identifica las posibilidades de diferenciación de los Activos Intangibles y también de los Tangibles. Se relacionaron el ambiente laboral y de acuerdo a principios éticos que surgen de las relaciones del personal en contraposición a las corrientes empresariales en la que predominaba la organización científica del trabajo.

Un papel predominante lo tienen las nuevas tecnologías de información y comunicación de las empresas que permite un sistema relacional dentro de la organización más activo y que impacta en la sociedad en su conjunto.

Esto muestra un cambio de paradigmas en la interacción entre la empresa y la sociedad. Se ha pasado de lo competitivo agresivo a lo cooperativo.

Se puede decir: que se ha pasado de un deseo y de un enfoque de adquirir y poseer a un enfoque de crear y compartir (De Anca y Vázquez Vega, 2005).

Se observa que en la actualidad existe un enfoque mucho más humanista, centrado en las capacidades personales (activos intangibles), en lugar de una visión patrimonialista de la gestión.

⁴ GARCIA Lidia Adela., UNSJ-FACSO-.PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “Desarrollo de indicadores para la gestión de calidad en hotelería- Cap. III “ Indicadores contables de la gestión de calidad en hotelería” Pág. 38 a 63; año 2010.

Marinzalda, María Irene . Mgter. En Economía y Administración Estratégica de Negocios, Contadora Pública Nacional. Titular de la Cátedra de Contabilidad II e investigadora en el Instituto de Investigaciones Administrativas y Contables, ambas de la Facultad de Ciencias Sociales , de las carreras de Contador Público y Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional de San Juan, San Juan , República Argentina.
Docente en la Cátedra Proyectos de la Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, Universidad Nacional de San Juan, San Juan, Argentina.

BIBLIOGRAFIA

MORENO, Ana; URIARTE Luis Miguel; TOPA, Gabriela :LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: Oportunidades Estratégicas Organizativas Y De Recursos Humanos. Editorial : Pirámide. Año 2010.

CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO

(13.10.2006) - - Última modificación; <http://www.observatur.edu.ar> - Observatorio Turístico - Universidad Nacional de LPAonwúsered by Mambo

CORTÈS GARCÍA, Francisco Joaquín; Ética empresarial y responsabilidad social corporativa BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE Nº 2936 DEL 16 AL 30 DE ABRIL DE 2008.

GARCIA Lidia Adela., UNSJ.-FACSO-.PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “Desarrollo de indicadores para la gestión de calidad en hotelería- Cap. III Indicadores contables de la gestión de calidad en hotelería” Pág. 38 a 63; año 2010..

Marinzalda, María Irene . Mgter. En Economía y Administración Estratégica de Negocios, Contadora Pública Nacional. Titular de la Cátedra de Contabilidad II e investigadora en el Instituto de Investigaciones Administrativas y Contables, ambas de la Facultad de Ciencias Sociales , de las carreras de Contador Público y Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional de San Juan, San Juan , República Argentina.
Docente en la Cátedra Proyectos de la Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, Universidad Nacional de San Juan, San Juan, Argentina.

IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA Y DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO EN GUAYAQUIL

Guido Poveda Burgos¹

Facultad de Ciencias Administrativas
guido.povedabu@ug.edu.ec

Resumen

En el presente trabajo se presenta la afectación socioeconómica en Guayaquil por la inversión y desarrollo turístico, bajo perspectivas a nivel global, nacional y local, de tal manera que se genere información relevante. El turismo es un rubro importante para el desarrollo socioeconómico de los habitantes ecuatorianos y gracias a las promociones por parte de las autoridades principales Ecuador mantiene reconocimientos frente a otros países por su belleza natural y con gran diversidad que permiten la aceptación de turistas de diferentes partes alrededor del mundo. Cabe recalcar, que se mencionan datos provenientes de fuentes oficiales, que permiten el análisis del trabajo más efectivo y de la misma manera incrementar el conocimiento de la situación actual de la Ciudad de Guayaquil. Se mencionan las inversiones que se realizan en dicho sector para su crecimiento y qué impactos produce en sus habitantes. Es indispensable conocer datos generales para la comprensión de la influencia del turismo en la sociedad, ya que hoy por hoy, las instituciones internacionales buscan fomentar el desarrollo sustentable y la protección al medio ambiente. De tal manera se pretende analizar de manera descriptiva las ventajas y desventajas que se producen en la localidad.

Palabras Claves: Desarrollo Socioeconómico, desarrollo sustentable, Inversión, Turismo, Sociedad.

¹ Ingeniero Comercial, Magister en Administración y Dirección de Empresas; Docente de la Universidad de Guayaquil

Abstract

This paper presents the socioeconomic impact in Guayaquil for investment and tourism development, under global, national and local perspectives, in such a way as to generate relevant information. Tourism is an important item for the socioeconomic development of the Ecuadorian inhabitants and thanks to the promotions by the main authorities Ecuador keeps recognitions against other countries for their natural beauty and with great diversity that allow the acceptance of tourists from different parts around of the world. It should be emphasized that data from official sources are mentioned, which allow the analysis of the most effective work and in the same way increase knowledge of the current situation of the City of Guayaquil. The investments made in this sector are mentioned for its growth and what impacts it has on its inhabitants. It is essential to know general data for understanding the influence of tourism in society, as today, international institutions seek to promote sustainable development and protection of the environment. In this way, we intend to analyze in a descriptive way the advantages and disadvantages that occur in the locality.

Keywords: Socioeconomic Development, sustainable development, Input, Tourism, Society.

Introducción

El turismo es una de las actividades principales dentro del comercio internacional, ya que aborda al entorno socioeconómico del país.

Una de las principales funciones es que a través de la entrada de turistas desde el exterior se genera un ingreso de divisas que permite el incremento de la economía a nivel local.

Por lo tanto, con la diversidad de flora y fauna que existe en el país los turistas tendrán muchos lugares por conocer por ende será muy fructífera su estadía, a

través de la riqueza que posee la misma se busca reactivar sus flujos y mejorar la calidad de vida de los habitantes.

La ciudad de Guayaquil es muy reconocida en el turismo de negocios, este acontecimiento se dio por la construcción de carreteras que permitió un fácil acceso hacia los diferentes destinos, por esta razón la afluencia de viajeros se ha maximizado.

Sin embargo, existen muchas ventajas y desventajas en el ámbito socioeconómico del turismo de Guayaquil, que a través de las inversiones ha podido cumplir con las mejoras en su infraestructura y de esta manera pueda seguir captando recursos que le permita seguir ascendiendo.

Aspectos Básicos Del Turismo

El turismo es una de las actividades más demandada a nivel mundial, donde existen ciertos factores que se vinculan entre sí, es decir, la oferta y la demanda turística deben de estar acompañados de la accesibilidad, como es el acceso a los diferentes lugares, ya sea por vía terrestre, aérea o marítima, planta turística como las infraestructuras adecuadas, alojamiento instalaciones, alimentación y atracciones turísticas como es el lugar. Por lo tanto, para que un país pueda exportar producto turístico es preciso establecer paquetes turísticos, mostrando lo mejores lugares para el viajero.

En los últimos años, el turismo se ha considerado como una de las actividades más importante que permiten el ingreso y aumento socioeconómico del país, ayudando a los habitantes de la nación en la fomentación de la conservación de la naturaleza y el bienestar del desarrollo sostenible.

Según la OMT: “Los ingresos por turismo internacional de los destinos de todo el mundo crecieron un 3,6% en 2015, en sintonía con el incremento del 4,4% en llegadas internacionales”.

Afectación del turismo en la economía



Fuente: Organización mundial de turismo, 2016

Organización Mundial del Turismo

Es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

Actualmente, el turismo forma parte importante en el comercio internacional de servicios representando el 7% en las exportaciones mundiales, y el 30% de las exportaciones de servicios. En comparación en las exportaciones totales de bienes, el de servicios subió a un 7% en el 2015.

Turismo en Ecuador

Ecuador es un país con grandes visiones de desarrollo para los habitantes de su nación y tiene todos los recursos necesarios para hacerlo.

Gracias a su posición territorial posee un clima tropical para todas sus 4 regiones, tiene gran diversidad ecológica, montañas volcánicas, selvas, y costa de pacífico que permite acoger a cualquier viajero para disfrutar de la belleza natural en todo su esplendor.

Con respecto a lo anterior, Ecuador ha tenido múltiples reconocimientos a nivel mundial por sus grandes participaciones en ferias internacionales, de parte de organismos importantes como es World Travel Market), World Travel Awards, Virtuoso Travel Advisor(EE.UU), World (EE.UU) Travel Market, Los Angeles Time Travel, etc.


Para las autoridades de Ecuador, apuntan al turismo para la reactivación económica junto a otras actividades como el petróleo, telecomunicaciones, agro industria, etc. con la finalidad de generar empleo, inversión local y extranjera, y por lo tanto la mejora de las infraestructuras tanto de hoteles como vías acceso por carretera para el desarrollo nacional.

“La inversión en Ecuador impulsa a mejorar las condiciones de vida de sus habitantes con más efectividad que en otros países” (SDR Lawyers, 2016).

En la economía del país, el turismo se encuentra en el tercer rubro en las exportaciones no petroleras con \$1.086,5 en el año 2014.

El consumo turístico receptor en relación a los flujos monetarios está vinculado con la inversión directa. En la tabla, se indica que el año 2015 en el último trimestre hubo un 162,2%.

Porcentaje del consumo turístico receptor/ Inversión directa

TRIM		A	B	(A/B)*100
		 CONTUREC* millones USD	 INVERSIÓN millones USD	INDICADOR
2014	I	364,1	136,7	266,3
	II	346,9	161,2	215,2
	III	375,6	138,7	270,7
	IV	400,6	329,8	121,5
2015	I	414,8	183,2	226,4
	II	359,8	86,9	414,1
	III	399,1	246,1	162,1

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

Uno de los objetivos que tiene Ecuador es desarrollar el turismo sostenible, que permite convertir al turismo como principal dinamizador de la economía, con la

finalidad de satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores, de tal manera que se generen divisas y contribuir con el buen vivir de la población.

Del mismo modo, los habitantes de todo el país deben sentirse seguros de que sus trabajos tengan beneficios futuros cumpliendo con las exigencias del mercado extranjero y así se pueda generar incremento económico entre las comunidades respetando el patrimonio cultural y natural.

Beneficios económicos del turismo frente la sociedad

Actualmente, la sociedad ha estado en un cambio constante y de mucha importancia, a pesar de la crisis o cualquier dificultad en la economía, el turismo siempre mantendrá una dinámica entre los sectores a nivel mundial. El turismo para el país genera ingresos de divisas en comparación a los rubros de exportaciones de bienes o productos.

Sin embargo, se genera beneficios para el desarrollo en distintos sectores frente a la sociedad, como, aumenta el flujo de los servicios entre países, en este caso se manejan a través de operadores turísticos quienes brindan paquetes turísticos mediante contrataciones con empresas privadas.

Otro beneficio es la inversión, cuando las grandes empresas invierten a un sector con el fin de generar ganancias mutuas, generando plazas de empleo, y de la misma manera, contribuyendo con la diversificación de los recursos locales mediante el desarrollo de áreas rurales y urbanas.

La sustentabilidad para una sociedad significa la existencia de condiciones económicas, ecológicas, sociales y políticas, que permitan su funcionamiento en forma armónica en el tiempo, esto debe darse entre los diferentes sectores sociales, entre mujeres y hombres y entre la población con su ambiente.

Turismo en Guayaquil

Guayaquil una ciudad que posee grandes paisajes, escenarios que toda persona debe conocer, con diferentes atractivos alrededor del río, que enmarca su belleza natural, y de la misma manera, se muestra su evolución a través de monumentos muy significativos dentro de la historia de la ciudad.

Existen varios lugares turísticos, reconocidos internacionalmente, y que para sus habitantes representa un alto grado de valor. Entre ellos están las iglesias, ubicados en el centro de la ciudad, con grandes infraestructuras donde asisten muchos católicos para su veneración, el principal parque donde posee grandes monumentos es el parque centenario, malecón 2000, que está ubicado al pie del río, en toda su longitud.

Por consiguiente, también se encuentra el Parque histórico donde se puede encontrar gran diversidad de especies de animales como aves, monos, etc. incluso se podrá conocer las culturas en los pueblos cercanos de la provincia de Guayas. En la noche es otro nivel, se disfrutará de bares, discotecas, restaurantes y apreciar mejor la ciudad.

Según fuentes oficiales, en el mes de marzo del 2015: “El 54% de los turistas que llegan a Guayaquil proviene del extranjero; mientras que el 46% restante proviene de otras partes del país, según un estudio realizado por la Empresa Municipal de Turismo local”.

De tal modo, esto favorece a los habitantes del sector ya que hoy por hoy, el turismo se ha vuelto imprescindible para impulsar el desarrollo, generando empleos y movilidad entre las personas del sector.

Ventajas y desventajas socioeconómicas en la sociedad

La ciudad de Guayaquil se caracteriza por tener una gama de atractivos turísticos que influye de manera favorable en su economía, por este motivo a continuación se detallara algunas ventajas y desventajas acerca de esta actividad:

VENTAJAS

- El internet, amigos y las redes sociales forman parte de las fuentes confiables que tienen los turistas para desplazarse en la ciudad.
- La actividad del turismo tiene un valor importante en el PIB de Guayaquil.
- El turismo ha tenido un gran crecimiento y gracias a esto se abrieron nuevas plazas de trabajo.
- Un porcentaje de los gastos de los viajeros son destinados directamente a hogares.
- Se pretende que esta actividad a medida que pasen los años pueda generar mayores ingresos y sea la fuente de empleo de más personas.

Desventajas

- El desplazarse de su país natal muchas veces causa que pierdan sus costumbres.
- La mala cobertura en el transporte terrestre, aéreo y marítimo en temporadas altas causa una deficiente, lo que detiene a muchos turistas.
- Los lugares turísticos pueden verse afectados por el mal uso que le dan los viajeros dejándolos en un estado poco atractivo.

Inversiones del sector turístico en la ciudad de Guayaquil

En el año 2014, se menciona varias inversiones que ayudan a la construcción de nuevos edificios como es “Swissotel Guayaquil”, un hotel que será habilitado en el 2017, siendo esto una empresa internacional ubicado en la orilla oeste del río

Guayas, es decir estará en el malecón 2000, que está considerado como una de las torres más altas que se construirá en la ciudad de Guayaquil valorado en \$5 millones.

“Estas iniciativas crean oportunidades, generan empleo, procuran condiciones para que las empresas se sientan seguras de apostar por Ecuador, logrando que más divisas ingresen y se queden en el país”. (MINTUR, 2014)

Existen diez proyectos turísticos que forman parte del *Plan ‘Primera Piedra’*, que al momento cuenta con más de USD 211 millones invertidos.

Desarrollo del sector turístico de la ciudad de Guayaquil

Guayaquil es considerada como una de las ciudades de múltiples encuentros, tanto por su infraestructura hotelera y de convenciones ya que ostenta condiciones insuperables para la celebración de este tipo de eventos.

Por ello, el MINTUR, a través de la Gerencia de Congresos y Eventos, propuso la creación del Buró de Convenciones de Guayaquil, para lo cual organizó un taller que cuente con la presencia de dos representantes de clase mundial para el desarrollo de turismo de convenciones, congresos y eventos, provenientes de los burós de Convenciones de Viena y Barcelona.

Dicho taller, titulado como 2Creación y Fortalecimiento de Burós de Convenciones, tuvo como sede a Guayaquil, siendo su propósito fundamental el fortalecimiento del turismo. Hoteles, aerolíneas, cámaras entre otros entes que son parte de la cadena de valor del turismo de Guayaquil, asistieron a dicho taller en el cual los empresarios compartieron su conocimiento junto a los expertos para la implementación de este buró especializado.

El Buró de Convenciones de Viena fue establecido en 1969 con la asistencia de la Municipalidad de la zona y la Cámara de Comercio local. (García, 2014), del buró

de Barcelona, explicó que las habilidades para un exitoso turismo de convenciones pasan por “cualidades como saber varios idiomas, poseer facilidad de venta”, entre otras; pero que lo fundamental es “sentir pasión por su ciudad”.

Al realizar dicha jornada, existió mucha materia de estudio que permitió ilustrar las condiciones que conserva el puerto principal para favorecer al turismo de convenciones como una actividad de mucha importancia para dicho sector, de esta manera busca integrar al sector público y privado con la realización de acciones y la unión de los representantes que se encuentran relacionados, con el fin de alcanzar los máximos resultados posibles durante la celebración del buró.

El Director Comercial del Aeropuerto de Guayaquil (Tagsa), destacó el interés del Ministerio de Turismo por “su interés en coordinar a todos los actores turísticos de la ciudad, a fin de consolidar el desarrollo turístico de Guayaquil, para que la Perla del Pacífico sea un destino de clase mundial”.

CONCLUSIONES

Después de analizar el impacto turístico socioeconómico de la ciudad de Guayaquil podemos concluir que su avance ha sido positivo y se espera seguir con el mismo incentivo para que en un futuro pueda ser una potencia mundial.

En la actualidad Guayaquil ha aumentado el número de visitas de turistas, esto fue el resultado de la generación de nuevas obras que mejoro la imagen de la ciudad, por lo tanto, hubo más interés de parte de los extranjeros.

Bibliografía

- García, M. (2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/Guayaquil> 54% Extranjeros. (2015). Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/10/el-54-de-turistas-en-guayaquil-son-extranjeros>
- MINTUR. (2014). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-despega-en-turismo-con-millonarios-proyectos-de-inversion/>
- Organización Mundial del Turismo OMT. (06 de Mayo de 2016). Obtenido de Comunicado de Prensa: <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-05-03/las-exportaciones-del-turismo-internacional-crecen-un-4-en-2015>
- Pinto, G. (2014). *Ministerio de turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/SDR> Lawyers. (2016). Obtenido de Invierte Ecuador: <http://www.sdr.com.ec/invierte-ecuador/>
- Turismo, M. d. (2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/>

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

LAS COMPRAS SOSTENIBLES EN LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR TURÍSTICO

Adriana Norma Martínez

Universidad Nacional de Luján / Universidad de Buenos Aires – Facultad de Derecho
Info@anmart.com.ar

Adriana Rosenfeld

Universidad Nacional de Luján
arosenfeld@proiap.org

RESUMEN

El turismo es considerado como una de las prácticas centrales, tanto sociales como gubernamentales, para la búsqueda de la sostenibilidad.

Las organizaciones del sector deben asumir las responsabilidades asociadas a los impactos derivados de sus decisiones y actividades, a través de un comportamiento transparente y ético.

Las organizaciones del sector deben actuar en el marco de la responsabilidad social, integrando en sus políticas y prácticas de compra, distribución y contratación criterios éticos, sociales, ambientales y de igualdad de género, y de salud y seguridad, para mejorar la coherencia con los objetivos de la responsabilidad social.

PALABRAS CLAVES

Turismo, sostenibilidad, responsabilidad social, compras sostenibles

Introducción

El turismo es considerado como una de las prácticas centrales, tanto sociales como gubernamentales, para la búsqueda de la sostenibilidad. Ha demostrado su capacidad para contribuir tanto a la sostenibilidad de los destinos como a la mejora de la calidad de vida de las comunidades receptoras, cuando sus patrones de consumo se adecuan a las condiciones propias del entorno natural, social y cultural y satisfacen las expectativas del turista/ consumidor.

En suma, se requiere la aplicación de los principios del desarrollo sostenible y del consumo responsable a la actividad turística, tanto por parte de los agentes implicados en la oferta, como de los turistas.

La sostenibilidad se ha convertido en una cuestión política de importancia creciente para el turismo, a juzgar por el protagonismo que adquiere en el debate y en la crítica, ligado a la necesidad de definir su concepto y de comprender la naturaleza de los límites del crecimiento de la actividad turística. En su

vinculación con el turismo, la sostenibilidad no alude a un concepto aislado, juega como una pieza dentro de la estrategia global de desarrollo sostenible.

Pero, en la actualidad se asiste a un avance aún mayor. Así, desde la perspectiva del turismo justo postula el desarrollo de una actividad turística con activa y directa participación de la población local en una relación de intercambio que garantice, a la vez, tanto los niveles de calidad exigibles de los servicios ofrecidos como la distribución equitativa de sus márgenes de beneficio. Desde esta óptica, las empresas del sector ya no pueden limitar sus responsabilidades al ámbito de sus productos o servicios, garantizando simplemente unos estándares de calidad adaptados a cada uno de los segmentos del mercado nacional o internacional. Se les requiere un involucramiento con el desarrollo social de aquellos lugares turísticos en los que operan, lo cual exige que la actividad se cumpla atendiendo los intereses de las comunidades locales.

En el contexto descrito, se identifica una creciente demanda internacional, exigente y sensibilizada por estas cuestiones, con un creciente acceso a la información (por la revolución tecnológica y de las comunicaciones). Un turista que, más que por vivir determinadas y económicas emociones estandarizadas y replicadas homogéneamente por la geografía mundial, se mueve por sentimientos. Más que fijarse en el precio, factor hoy determinante para la elección de un destino para buena parte de la demanda, se siente más cómodo con el valor añadido que le aportan las iniciativas desarrolladas con responsabilidad social.

El mercado turístico internacional registra, en los últimos años, tendencias que incentivan la valorización en la producción turística tradicional de mecanismos y elementos vinculados con la mejora de la sostenibilidad social y el incremento de la equidad distributiva. Tanto productores como demandantes de servicios turísticos presentan una creciente propensión a incorporar y exigir estos nuevos elementos de valor añadido de carácter ético, lo que provoca el desarrollo de iniciativas que contribuyen a la producción justa de servicios del sector. Así se incorpora a la actividad turística la concepción de la Responsabilidad Social.

Turismo sostenible en el contexto de Río + 20

La Conferencia de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas Río+20 (Río de Janeiro, 20 al 22 de Junio de 2012), se enfocó en asegurar un renovado acuerdo político en desarrollo sostenible, como una responsabilidad compartida por todos los países del planeta, con diferencias en función de su nivel de desarrollo, y la innovación se centra en la sustitución de la idea de “combatir la extrema pobreza” por la de “erradicarla”, denotando que el desarrollo sostenible no ha sido puesto en práctica y dejando abierto el interrogante de las causas.

Dos fueron los temas específicos en los que se focalizó la Cumbre: cómo construir una economía verde para lograr el desarrollo sostenible y liberar a la población de la pobreza, incluido el apoyo que permita a los países en desarrollo encontrar un camino verde hacia el desarrollo, y cómo mejorar la coordinación internacional con miras al desarrollo sostenible.

Desde esta impronta, el documento final de la Conferencia refiere expresamente al turismo en los siguientes términos: “Ponemos de relieve que el turismo bien concebido y bien gestionado puede hacer una contribución importante a las tres dimensiones del desarrollo sostenible, tiene vínculos estrechos con otros sectores y puede crear empleo decente y generar oportunidades comerciales. Reconocemos la necesidad de apoyar las actividades de turismo sostenible y la creación de capacidad conexas que permitan crear conciencia ambiental, conservar y proteger el medio ambiente, respetar la fauna y la flora silvestres, la diversidad biológica, los ecosistemas y la diversidad cultural, y aumentar el bienestar y mejorar los medios de vida de las comunidades locales apoyando las economías locales y el medio humano y natural en su conjunto. Pedimos que se preste más apoyo a las actividades de turismo sostenible y de creación de capacidad en esa esfera en los países en desarrollo a fin de contribuir al logro del desarrollo sostenible.”¹

Desde el foro paralelo de la Cumbre –denominado “Turismo para un futuro sostenible”, auspiciado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), los participantes convinieron en que el turismo puede aportar una contribución significativa a los tres pilares del desarrollo sostenible.

La postura desde el sector fue clara y alineada con lo expresado en el documento final de la Conferencia. En este marco, se señaló que «El turismo está vinculado con los siete temas clave discutidos aquí en Río+20 –el empleo, la energía, las ciudades, la alimentación, el agua, los océanos y los desastres–, y puede ser un factor de desarrollo tanto para los países en desarrollo como para los desarrollados»² y se destacó «La capacidad del turismo para crear empleo es esencial en este debate», resaltándose los efectos multiplicadores del turismo: «No podemos olvidar que por cada empleo que se crea en el turismo, se crean muchos más en otros sectores»³.

Desde el expreso reconocimiento de la amplitud de los efectos multiplicadores de las actividades del sector y su carácter de importante movilizador socioeconómico, los participantes insistieron en el papel del turismo sostenible en la creación de empleo decente, la estimulación del comercio y de los nexos con otros sectores y la eliminación de la pobreza.

El turismo sostenible en la Agenda 2030

En el documento final de Río+20 se incluyó el acuerdo de los Estados miembros para poner en marcha un proceso para generar un conjunto de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODSs), basado en los Objetivos del Desarrollo del Milenio y que resultara convergente con la agenda de desarrollo post 2015.

¹ Conf. párrafo 130 – Turismo sostenible. Documento final de la Conferencia El futuro que queremos. A/CONF.216/L.1

² Gastão Vieira, Ministro de Turismo de Brasil - Foro Paralelo auspiciado por la OMT

³ Supachai Panitchpakdi, Secretario General de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

La Cumbre Especial sobre el Desarrollo Sostenible que tuvo lugar en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York del 25 al 27 de septiembre de 2015 - coincidiendo con el septuagésimo aniversario de la ONU- adoptó la nueva agenda y definió los ODSs, marcando un cambio de paradigma para las personas y el planeta, en su documento final denominado “Transformando nuestro mundo: Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”.⁴

Conforme a la impronta otorgada a la actividad turística en el documento final de Río + 20, la Agenda 2030 la menciona expresamente en los siguientes objetivos y metas:

- En el Objetivo 8 - Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, la meta 8.9 propone: “Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”.
- En el Objetivo 12 - Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, la meta 12.b propone: “Elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos en el desarrollo sostenible con miras a lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”.
- En el Objetivo 14 - Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible, la meta 14.7 propone: “Para 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados reciben del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la ordenación sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo”.

Responsabilidad social y turismo

Se conceptualiza al turismo socialmente responsable como aquel que entiende que las organizaciones del sector deben asumir las responsabilidades asociadas a los impactos derivados de sus decisiones y actividades, a través de un comportamiento transparente y ético. En suma, las organizaciones deben actuar en el marco de la responsabilidad social.

En este marco, relevante es el rol que está destinada a cumplir la Norma Internacional ISO 26000:2010 – Guía de responsabilidad social, cuyo objeto es ayudar a las organizaciones a contribuir al logro del desarrollo sostenible.

Dado que la ISO 26000:2010 provee un entendimiento común en materia de responsabilidad social, complementa (no reemplaza) otros instrumentos e iniciativas de responsabilidad social existentes e insta a que las organizaciones no solamente integren la responsabilidad social a su propia operatoria sino

⁴ Estableció los 17 Objetivos y las 169 metas asociadas que entraron en vigor el 1 de enero de 2016 y guiarán las decisiones a adoptarse durante los próximos 15 años.

también a que la lleven a la práctica dentro de su esfera de influencia, fácil es concluir su importante contribución al turismo socialmente responsable.

Las 7 materias fundamentales que integran el concepto de la responsabilidad social (RS), según la ISO 26000:2010, son: gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores y participación activa y desarrollo de la comunidad. Estas materias fundamentales cubren los impactos más probables, tanto de tipo económico, como ambiental y social que deberían abordar las organizaciones. Para cada una de ellas, la norma proporciona una visión general, los principios y las consideraciones relacionadas y una descripción de los asuntos asociados, que en total son 37. Para cada uno de los 37 asuntos de RS considerados en la ISO 26000:2010 la guía aporta una descripción del asunto y enumera una serie de acciones y expectativas.

La ISO 26000:2010 proporciona una guía de RS para las organizaciones empresariales, las públicas y las de otros tipos de todos los sectores – incluidas las del sector turístico –, sirviendo de base para aglutinar una comprensión globalmente consensuada de lo que es la RS y lo que las organizaciones tienen que hacer para operar de una manera socialmente responsable.

Responsabilidad social y compras sostenibles en el sector turístico

Desde la responsabilidad social se considera que las prácticas justas de operación se refieren a la conducta ética de una organización en sus transacciones con otras organizaciones, incluyendo las relaciones con proveedores, contratistas y clientes.

Concretamente:

- “Una organización puede influir sobre otras organizaciones, a través de sus decisiones sobre adquisiciones y compras. Mediante su liderazgo y tutoría a lo largo de la cadena de valor, puede promover la adopción y el apoyo de los principios y prácticas de responsabilidad social”
- “para promover la responsabilidad social en su cadena de valor, una organización debería: - integrar en sus políticas y prácticas de compra, distribución y contratación criterios éticos, sociales, ambientales y de igualdad de género, y de salud y seguridad, para mejorar la coherencia con los objetivos de la responsabilidad social;”⁵

En la práctica actual, los directivos de las organizaciones “se encuentra(n) con la decisiva tarea de sintonizar y sincronizar la integración en la gestión empresarial de diversos modelos estratégicos que aseguren a la vez el óptimo desarrollo del negocio, la rentabilidad de las inversiones de los propietarios, el cumplimiento de los requisitos normativos en sus diversos ámbitos de operación, la respuesta a los retos globales del desarrollo (materializados desde 2015 en los Objetivos de Desarrollo Sostenible como hoja de ruta global) y la respuesta eficaz a las crecientes demandas sociales de ética, transparencia y diálogo. En

⁵ ISO 26000:2010, 6.6.6. Asunto 4 sobre prácticas justas de operación: promover la responsabilidad social en la cadena de valor

suma, el equipo directivo se enfrenta al reto de integrar la sostenibilidad en la estrategia corporativa a través de su integración efectiva en los procesos de negocio en toda la cadena de valor.”⁶

Para poder desarrollar una estrategia de compras con criterios de sostenibilidad resulta beneficioso considerar un marco consensuado coherente con los nuevos modelos de gestión.

Con este objetivo se ha elaborado la norma ISO 20400 de Compras Sostenibles, basada en la ISO 26000. El estudio de la ISO 20400 se inició en 2013, bajo el secretariado de los organismos de normalización de Brasil y Francia, y fue publicada en abril 2017.

En su introducción, la norma establece; “Todas las organizaciones tienen impactos ambientales, sociales y económicos. Las compras son un poderoso instrumento para todas las organizaciones que desean actuar de una manera responsable y contribuir para el desarrollo sostenible y el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Mediante la integración de la sostenibilidad en las políticas y prácticas de compras, incluidas las cadenas de suministro, las organizaciones pueden gestionar los riesgos (incluidas las oportunidades) para el desarrollo sostenible el ámbito medioambiental, social y económico.

Las compras sostenibles representan una oportunidad para brindar más valor a la organización mediante la mejora de la productividad, la evaluación del valor y del desempeño y la comunicación entre compradores, proveedores y todas las partes interesadas, y mediante el fomento de la innovación.

Este documento ayuda a las organizaciones a cumplir con sus responsabilidades de sostenibilidad, proporcionando comprensión de:

- qué son las compras sostenibles;
- cuáles son los impactos a la sostenibilidad y las consideraciones sobre ella a través de los diferentes aspectos de la actividad de compras: la política, la estrategia, la organización, los procesos;
- cómo implementar compras sostenibles.”

Tal como la ISO 26000:2010, el documento resulta aplicable a cualquier organización, ya sea pública o privada, independientemente de su tamaño y localización, y se pretende que sea entendida por cualquier parte interesada involucrada o afectada por las decisiones y procesos de compras. Por lo tanto, resulta también aplicable a todas las organizaciones del sector turístico.

En su capítulo 3: Términos y definiciones, define a las compras sostenibles como aquellas que tienen el mayor impacto positivo ambiental, social y económico posible durante todo el ciclo de vida.

El capítulo 4 proporciona una visión general de las compras sostenibles ya que describe los principios y materias fundamentales de las compras sostenibles y

⁶ Lemonche, Paloma, en el marco de los actos preparatorios de la 4ª Jornada “RSE: Tendencias e Integración de la cadena de valor”, Valor, RSE+Competitividad” de AMIA, BID-FOMIN, Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales de Presidencia de la Nación, Auditorio Amia, Buenos Aires, 10 y 11 de mayo de 2017

examina por qué las organizaciones realizan compras sostenibles. Los principios fundamentales de las compras sostenibles establecidos por la norma son: la rendición de cuentas, la transparencia, el comportamiento ético, la oportunidad plena y justa, el respeto por los intereses de las partes interesadas, el respeto por el principio de legalidad y las normas internacionales de comportamiento, el respeto por los derechos humanos, las soluciones innovadoras, el enfoque a las necesidades la integración, el análisis de todos los costos y la mejora continua.

El capítulo 5 proporciona orientación sobre cómo las consideraciones de sostenibilidad están integradas a un nivel estratégico dentro de las prácticas de compras de una organización para asegurar que se logren la intención, la dirección y las prioridades clave de sostenibilidad de la organización. Este capítulo ayuda especialmente a los directivos en la definición de la política y la estrategia de compras sostenibles.

El capítulo 6 describe las condiciones organizacionales y las técnicas de gestión necesarias para la implementación exitosa y la mejora continua de las compras sostenibles y el capítulo 7 aborda el proceso de compras y está dirigido a las personas que son responsables de las compras dentro de una organización.

Para asegurar una integración efectiva de la sostenibilidad en los procesos de compras, resulta imprescindible que exista una excelente coordinación entre todos los actores organizacionales que participan del proceso de compras, sobre todo para que alcance de manera eficaz a todos los implicados a lo largo de la cadena de valor.

Las compras sostenibles resultan una cuestión clave para asegurar la sostenibilidad del sector turístico, particularmente en relación a la evaluación, formación y contratación de proveedores.

Se aportan ejemplos de acciones concretas que las organizaciones del sector turístico pueden incluir en sus planes de relacionamiento con proveedores:

- Buscar un equilibrio en la globalización del proceso de compras, a través de la inclusión de nuevos proveedores, tanto globales como locales
- Comunicar criterios claros y transparentes aplicables a los procesos de selección de proveedores
- Implementar planes formativos en materia de sostenibilidad, que incluyan temáticas como los derechos humanos, educación ambiental, respeto de la cultura local, consumo responsable

“El turismo es uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo, representando en 2015 el 10% del PIB mundial y el 7% del total de exportaciones internacionales. Estos números reflejan el gran potencial del sector y la capacidad de influencia que posee sobre los desafíos mundiales, especialmente en relación al crecimiento económico sostenible, el desarrollo inclusivo y la preservación del medioambiente.”⁷

⁷ OMT/Red Española del Pacto Mundial, El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible - Turismo responsable, un compromiso de todos, Oportunidades del Sector Turístico, 2016, pag.28

Por lo tanto, las empresas del sector turístico juegan un papel fundamental en la transformación del enfoque del sector, introduciendo criterios de sostenibilidad en sus operaciones. Esto les permite contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, potenciando un turismo responsable, respetuoso del medio natural, cultural y social y promoviendo el desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

Colofón

El Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo ⁸, representa una gran ocasión para dar a conocer la importante contribución que las organizaciones del sector turístico pueden aportar a las tres dimensiones de la sostenibilidad: ambiental, social y económica. Las compras sostenibles son una herramienta de ayuda para maximizar esa contribución.

Referencias Bibliográficas:

AVEDOY, J.O. – CEVALLOS CHAVEZ, L.A.(Coord.) (2012) Desarrollo, sustentabilidad y turismo: una visión multidisciplinaria. Universidad Autónoma de Nayarit, Nayarit.

ISO (2010) ISO 26000:2010 – Guía de responsabilidad social. [Consulta: 08-07-2017] Disponible en:
http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=42546

ISO (2017) ISO 20400: 2017 – Sustainable procurement – Guidance. [Consulta: 08-07-2017] Disponible en: <https://www.iso.org/standard/63026.html>

MARTINEZ, A. N. – ROSENFELD, A. (2011) Normas de calidad, responsabilidad social y turismo. Hacia un turismo Sustentable. Colección Derecho del Turismo, Ladevi Ediciones, Buenos Aires.

MARTINEZ, A. N. – ROSENFELD, A. (2015) “Objetivos de desarrollo sostenible e ISO 26000:2010: sinergias y complementariedades”, Revista Electrónica del Departamento de Ciencias Sociales de la UNLu. Luján: Departamento de Ciencias Sociales-Universidad Nacional de Luján, 2015 vol.2 n°03. ISSN 2362-4434

MARTINEZ, A. N. – ROSENFELD, A. (2016) “Turismo y responsabilidad social en el marco de los objetivos de desarrollo sostenible”, en Red Sociales, Revista

⁸ Proclamado por Resolución aprobada por la Asamblea General el 22 de diciembre de 2015, A/RES/70/193.

Electrónica del Departamento de Ciencias Sociales, Vol. 03 N° 06: 396-407. 2016. ISSN: 2362- 4434

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2010), Normas y Sistemas de Calidad en el Turismo y su relación con la sostenibilidad y las leyes de turismo - La experiencia de Las Américas, OMT, Madrid.

UN (2012) The future we want . A/RES/66/288 [Consulta: 26-06-2017] Disponible en: <http://www.un.org/Docs/journal/asp/ws.asp?m=A/RES/66/288>

SALCEDO GUZMÁN, M. P. - SAN MARTÍN REBOLLOSO, F. (2012), Turismo y sustentabilidad: paradigma de desarrollo entre lo tradicional y lo alternativo. Gestión y Estrategia, Núm. 41, Enero / Junio 2012. Departamento de Administración, Universidad Autónoma Metropolitana. [Consulta: 16-06-2017] Disponible en: <http://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/view/89>

ROSENFELD, A. – MARTÍNEZ, A. N. (2016) "ISO 26000 in the post-2015 development agenda". ISO FOCUS N° 114. January-February 2016. ISO. Geneva. Switzerland

UN (2013) TD/B/C.I/EM.5/2. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible. Nota temática preparada por la secretaría de la UNCTAD

UN (2014) The Road to Dignity by 2030: Ending Poverty, Transforming All Lives and Protecting the Planet. Synthesis Report of the Secretary General on the Post-2015 Agenda. New York: UN. [Consulta: 28-06-2017] Disponible en: http://www.un.org/disabilities/documents/reports/SG_Synthesis_Report_Road_to_Dignity_by_2030.pdf

UN General Assembly (2015) Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development A/70/L.1.

UN Economic and Social Council (2016) Report of the Inter-Agency and Expert Group on Sustainable Development Goal Indicators . E/CN.3/2016/2/Rev.1.

UNEP (2011) Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication

VENEGAS MATA, E. (2012) Turismo sostenible en el contexto de una economía verde, CEGESTI – Éxito Empresarial, No. 189, 2012, [Consulta: 24-06-2017] Disponible en: http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_189_270312_es.pdf

World Tourism Organization (2015). UNWTO Annual Report 2014; World Committee on Tourism Ethics (WCTE). Madrid: World Tourism Organization

(UNWTO). [Consulta: 26-06-2017]
<http://www2.unwto.org/es/node/43177>

Disponible

en:

TURISMO COMUNITARIO Y DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS ÁREAS RURALES A TRAVÉS DEL TREN DE ECUADOR

Johanna Gabriela Cisneros Palacios¹

Universidad Santiago de Compostela

johannacis@hotmail.com

Belén Amador Rodríguez²

Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas

amarod1981@hotmail.com

Resumen

Esta ponencia forma parte de una amplia investigación que culminará en una tesis sobre el Turismo Comunitario del Ecuador. Se debe tener en cuenta que esta forma de turismo ha tenido un papel importante en las economías locales de las poblaciones rurales, donde generalmente se registran las más altas tasas de pobreza. Actualmente la empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP), a través de los productos turísticos que ofrece en sus rutas, apuesta por este tipo de ocio. Un turismo que se caracteriza por la responsabilidad social y que fomenta el desarrollo sostenible, entendido como equidad social, económica, política y ambiental.

Se trata de un trabajo que se centrará en los emprendimientos comunitarios que se están desarrollando en la ruta propuesta por la FEEP y explicará la nueva ruralidad, una corriente que está transformando las actividades económicas complementarias del mundo rural y que conecta con diferentes mercados, entre ellos el del turismo.

Palabras clave: turismo, comunidad, economía social, desarrollo local

1. Introducción

En 1987 se publica el Informe Brundtland (Nuestro futuro común), que sirvió de base para la introducción del concepto de desarrollo sostenible, entendido como aquel que “satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las propias” (Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD), 1987, p. 23). Por ello se expone la necesidad de un nuevo concepto de desarrollo, un desarrollo protector del progreso humano que permita satisfacer las necesidades básicas y una mejor calidad de vida, al tiempo que se abordan los problemas del medio ambiente, como la deforestación, la recuperación

¹ Estudiante del programa de Doctorado en Desarrollo Regional e Integración Económica de la Universidad de Santiago de Compostela - España. Investigadora en formación “Economía Agroalimentaria y Medioambiental, Desarrollo Rural y Economía Social” (ECOAGRASOC), adscrito al IDEGA – Galicia – España.

² Docente de la Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas (UTE-LVT) y estudiante del programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación de la Universidad de Sevilla-España.

de las zonas desérticas o el establecimiento de medidas de protección y conservación de los espacios naturales.

La erradicación de la pobreza sigue siendo uno de los principales problemas del mundo, por lo que es considerada condición necesaria para el desarrollo sostenible. Asimismo, se destaca la necesidad de avanzar hacia una “economía verde”; de tal modo que la economía verde y la erradicación de la pobreza constituyen los elementos esenciales para el logro de un desarrollo sostenible. Este tipo de economía está en condiciones de generar nuevas oportunidades de empleo, posibilitando así la mejora del bienestar de las poblaciones al tiempo que se fomenta la conservación de los ecosistemas naturales (ONU, 2012).

Partiendo de ese contexto general, esta investigación tratará la relación existente entre turismo y desarrollo sostenible, prestando especial atención a la forma en que el turismo comunitario puede contribuir al desarrollo sostenible de las zonas rurales. Según Valdés (2001), “el turismo fue uno de los primeros campos en los que más tempranamente se comienza a aplicar este nuevo paradigma del desarrollo sostenible” (p. 24).

Teniendo en cuenta esto, es importante hacer referencia a los siguientes eventos y documentos oficiales de organismos internacionales que han tratado de avanzar en la introducción de la dimensión de la sostenibilidad en las actividades turísticas: Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (1980), Declaración de La Haya sobre el Turismo (1989), Carta Mundial del Turismo Sostenible (1995), Código Ético Mundial para el Turismo (2001), Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo (2002), Declaración El turismo al servicio de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (2005) y Carta Mundial del Turismo Sostenible (2015).

Según Maldonado (2006), el concepto de sostenibilidad aplicado al turismo es complejo pero importante, puesto que esta actividad tiende a experimentar una notable expansión y además está relacionada con muchos otros sectores económicos. En consecuencia, el turismo sostenible constituye uno de los ingredientes para alcanzar un desarrollo sostenible. En cuanto al contenido de este concepto, se puede afirmar de entrada que: “el turismo sostenible persigue por igual: la viabilidad económica de las empresas, la plena realización de los recursos humanos que éstas emplean, el bienestar de la población anfitriona, la valoración de su identidad cultural y la preservación de los ecosistemas” (Maldonado, 2006, p. 5).

Los principios de la sostenibilidad (económicos, socioculturales y ambientales) aplicados al turismo, se expresan en términos de la Organización Mundial del Turismo de la siguiente manera:

Las directrices del desarrollo y prácticas de gestión del territorio sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todo tipo de destinos, incluido el turismo de masas y varios segmentos o nichos turísticos. Los principios de sostenibilidad hacen referencia a la dimensión

medioambiental, económica y sociocultural del desarrollo turístico, debiéndose alcanzar un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones (OMT, 2012, p. 40).

Según Kay (2009), la Nueva Ruralidad se convirtió en un término polisémico cuando pasó a entenderse ya no únicamente como un concepto descriptivo sino también como un objetivo político de desarrollo. Según este enfoque, la reducción de la pobreza en las zonas rurales puede lograrse mediante la mejora de las actividades agrarias tradicionales, pero también por medio del desarrollo de otras actividades económicas que permitan a los campesinos conectarse con los mercados globales de otros bienes y servicios, como los mercados turísticos (Gascón, 2015). Como expresan López-Guzmán y Sánchez (2009), “el fenómeno turístico, y dichas iniciativas, han provocado una reordenación natural de los distintos mercados receptores acordes a las corrientes turísticas de la demanda, y ha hecho de determinados destinos emergentes un potencial para mercados cada vez más especializados” (p. 84).

En las últimas décadas el turismo ha sido considerado como una herramienta de cooperación internacional y un instrumento para contribuir a erradicar la pobreza en las zonas rurales de los países en vías de desarrollo por parte de diferentes organismos internacionales, como el Banco Mundial (BM), Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o la Organización Mundial del Turismo (OMT) (Gascón, 2011).

2. ¿Qué es el turismo comunitario?

El turismo en Ecuador es uno de los sectores que genera más divisas y ha llegado a considerarse como un sector estratégico para el desarrollo socioeconómico del país (Funes, Romero y Espín, 2015). Actualmente este sector ocupa el tercer puesto en las exportaciones no petroleras después del banano y el camarón. En el 2016 el ingreso por divisas registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transportes de pasajeros) asciende a 1.075,5 millones de dólares (MINTUR, 2017).

En cuanto a la singularidad de este país latinoamericano, se podría decir que se refleja en la diversidad de culturas, sitios históricos, paisajes y la riqueza natural (MINTUR, 2007). Ecuador se encuentra entre los 17 estados más diversos del mundo, y tiene alrededor del 19% del territorio nacional declarado como área protegida. Es considerado como una zona megabiodiversa por la biodiversidad por unidad de superficie territorial y posee diferentes escenarios de atractivos naturales y culturales que se encuentran ubicados en los conocidos cuatro mundos o regiones, Andes, Costa, Amazonía y Galápagos (MINTUR, 2007).

En el 2007 se elabora el PLANDETUR 2020, en el cual se hace una revisión de los productos disponibles en función de la motivación del turismo determinando 11 líneas de productos con sus variantes: circuitos generales, sol y playa, turismo comunitario, turismo cultural, parques temáticos,

ecoturismo y turismo de naturaleza, turismo de deportes y aventura, turismo de salud, agroturismo, turismo de convenciones y congresos y turismo de cruceros (MINTUR, 2007).

En lo que se refiere al turismo comunitario en Ecuador, tuvo sus inicios en la década de los años 80, y está relacionado con el ecoturismo. Esta actividad está promovida por las comunidades, que se encuentran a la búsqueda de alternativas económicas y complementarias, que sustituyan a las actividades tradicionales a la hora de generar ingresos, empleos y reducir la pobreza. En el año 2002 se aprueba la Ley de Turismo dando reconocimiento jurídico - institucional al turismo comunitario y su organización a través de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) para fortalecer e impulsar el turismo comunitario en Ecuador. El Ministerio de Turismo publica varios reglamentos e instructivos: el Instructivo para la calificación de comunitarias a las personas jurídicas dedicadas a la actividad del Turismo comunitario, el Instructivo de registro de Centros Turísticos Comunitarios y el Reglamento de Centros Turísticos Comunitarios (Ruiz et al, 2008). Ecuador posee un patrimonio cultural tangible e intangible y un patrimonio natural que hace que sea un país privilegiado como destino turístico. Sin embargo, las poblaciones con oferta turística se encuentran en las zonas pobres del Ecuador y sin la cobertura de servicios básicos. En esta situación se enmarca un concepto, el de turismo comunitario como actividad turística sostenible y complementaria, con el objetivo de canalizar los beneficios en mejora de la calidad de vida de sus habitantes (SENPLADES, 2009).

El término “turismo comunitario”, en inglés *Community Based-Tourism* (CBT), aparece por primera vez a mediados de la década de 1980 en la obra de Murphy (1985), que propone un modelo de turismo ecológico basado en la comunidad. En 1988 este concepto es utilizado en el libro de Dernoï, que lo asocia con el turismo alternativo por el tipo de hospedaje:

El turismo alternativo/ turismo de base comunitaria es un conjunto de servicios (y características) de hospitalidad ofrecidos a los visitantes por parte de individuos, familias o una comunidad local. Un objetivo prioritario del turismo alternativo/turismo de base comunitaria es establecer una intercomunicación directa y un mutuo entendimiento personal/cultural entre anfitriones e invitados (p.89).

A partir de los dos autores mencionados comienza una nueva línea de investigación, mediante estudios de caso y/o la elaboración conceptual. Según Hall (1996), el turismo comunitario “se centra en la participación de la comunidad anfitriona en la planificación y el mantenimiento del desarrollo turístico, con el fin de crear una industria más sostenible” (citado en Blackstock, 2005, p. 39). Definición que coincide con la de Dernoï, añadiendo además el rasgo de que debe tratarse de una actividad sostenible, como apuntan también Richards y Hall (2000).

Según la FEPTCE (2002):

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 (p.1).

De acuerdo con Cabanilla (2016), en Ecuador existen alrededor de 231 comunidades con iniciativas de turismo comunitario repartidas en las 24 provincias y regiones naturales y sólo 99 emprendimientos se encuentran activos en el 2015. Algunas comunidades disponen de operadoras locales de turismo que son conocidas como redes, entre las principales redes se destacan: Pakariñan, CORDTUCH, REI, Runatupari, Saraguro Ricuy, Ricancie, Rest y PRODECOS. Además a nivel de Latinoamérica existe la Red de Turismo Sostenible (REDTURS), donde actualmente se encuentran registradas 52 comunidades de Ecuador.

3. El tren de Ecuador, un importante atractivo turístico

El ferrocarril es un proyecto de la Revolución Ciudadana de gran envergadura. Se trata de un proyecto que inició el presidente García Moreno y que 22 años después retomó el general Eloy Alfaro, culminando en 2010 cuando el presidente Rafael Correa firmó el decreto n° 313 para la creación de la nueva Empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP).

En el plan estratégico de la FEEP se manifiesta la contribución al desarrollo socioeconómico local mediante el turismo. Las estrategias de los productos turísticos de esta iniciativa tienen acciones estratégicas con las comunidades. El tren es considerado como un proyecto de desarrollo sostenible en el que se interrelacionan lo económico, social, cultural y ambiental en las comunidades que están en la ruta del tren bajo un enfoque turístico patrimonial (FEEP, 2010, 2011a).

En el 2008 el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) mediante Decreto se emite el Acuerdo Ministerial n° 029 a la Red Ferroviaria como Patrimonio Cultural del Estado “Monumento Civil y Patrimonio, Histórico, Testimonial y Simbólico” (FEEP, 2010). El tren de Ecuador se ampara dentro de la Constitución aprobada en 2008, concretamente en los artículos 283, 319 y 320. En éstos se propone la dinámica entre el estado, la sociedad y el mercado. Además reconocen las distintas formas de organizaciones comunitarias, cooperativas y de asociación, entre otras. También esta iniciativa, a nivel normativa se identifica con los objetivos tres, ocho, nueve y diez de el Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017 en los: mejorar la calidad de vida de la población, consolidar el sistema económico y solidario de forma sostenible, garantizar el trabajo digno en todas sus formas y 10 Impulsar la transformación de la matriz productiva. Por último, está en consonancia con la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS).

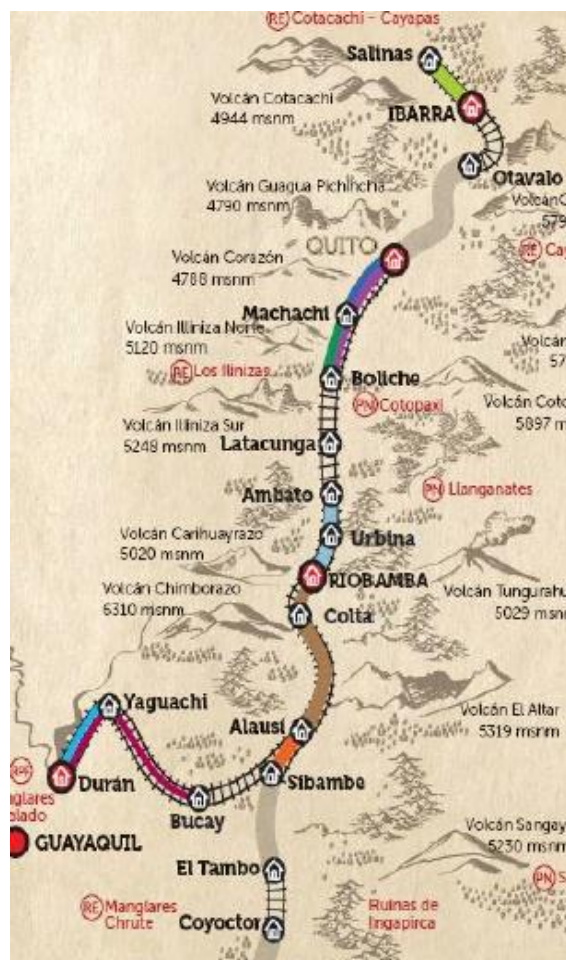
La empresa ha sido reconocida a nivel internacional obteniendo los siguientes premios:

El mejor producto turístico fuera de Europa en el 2013” por el British Guild of Travel Writers en el mes de noviembre de 2013. En el TOP FIVE de Lonely Planet como Trenes Turísticos de Lujo en el Mundo. Nominación al Proyecto de Promoción 2013 de la Asociación de Tour operadores de Latinoamérica LATA (FEEP, 2014a). En el 2016 obtuvieron dos premios “Mejor Empresa de Turismo Responsable” a nivel global y Oro en la categoría “Mejor Proyecto de Reducción de la Pobreza e Inclusión Social” en el marco de la Feria World Travel Market en Londres. Estos premios fueron otorgados por el modelo de negocio de los Ferrocarriles del Ecuador que vincula a comunidades con emprendimientos turísticos (FEEP, 2017a).

Respecto a la infraestructura, la FEEP dispone de 11 locomotoras diésel eléctricas, cinco locomotoras a vapor en funcionamiento y dos en proceso de rehabilitación. 34 coches y tres furgonetas de energía con la capacidad para 1.023 pasajeros. Actualmente tiene más 500 km tramos operativos: Quito – Durán 446, 8 km y Otavalo – Ibarra – Salinas 56,5 km (FEEP, 2017a). En cuanto al recorrido, atraviesa por siete provincias, 22 cantones y 52 parroquias de Ecuador (Mapa n°1) (FEEP, 2014a).

En el año 2016, la Empresa Pública de Ferrocarriles del Ecuador incorporó una serie de productos turísticos que comprenden diferentes tramos entre la ruta de recorrido entre Quito y Durán, entre los sus productos se clasifican las excursiones (rutas cortas) y el tren crucero (ruta completa). El producto excursiones del tren Andes Norte incluye el *Tren de la Libertad I* (Ibarra – Salinas – Ibarra) y el *Tren de la Libertad II* (Otavalo – Salinas – Otavalo). Andes Centro: *Tren de los Volcanes I* (Quito - Boliche - Machachi – Quito), *Tren de los Volcanes II* (Ambato- Boliche –Ambato), *Tren de los Volcanes III* (Quito – Ambato – Quito) y, *Tren del Hielo II* (Ambato- Mocha – Urbina – Cevallos – Ambato). Andes Sur: *Tren del Hielo I* (Riobamba - Urbina – La Moya – Riobamba y Nariz del Diablo (Alausí – Sibambe – Alausí). Costa del Pacífico: *Tren de la Dulzura Plus* (Durán - Yaguachi - San Rafael – Naranjito – Durán), *Tren de la Dulzura* (Durán – Bucay – Durán), Costa – Sierra (Durán - Alausí – Nariz del Diablo – Durán), Costa – Sierra (Durán - Nariz del Diablo – Alausí/ Alausí – Nariz del Diablo – Durán) y el *Tren del Cacao* (Durán – San Antonio – Naranjito – Durán). El producto Tren – Crucero: *Tren de las Maravillas* (Quito – Guayaquil cuatro días/noches) y *Tren de las Nubes* (Guayaquil – Quito 4 días/noches) (FEEP, 2017a). Aparte, existe otro tramo conocido como los Baños del Inca (Tambo – Coyector).

Mapa n° 1 Recorrido del Tren de Ecuador



Fuente: Empresa Pública de Ferrocarriles del Ecuador (2014^a).

4. Dinamización de economías locales

La razón de ser de la FEED es contribuir al desarrollo socioeconómico del país, en especial a las comunidades rurales mediante el fortalecimiento de las actividades productivas vinculadas con el turismo. Es así, como la FEED crea los emprendimientos o productos del tren que vincula directamente a las comunidades. Por lo cual se han desarrollado seis productos del tren que son: cafés del tren, plazas artesanales, museos locales, refugios, grupos que revitalizan las expresiones históricas y culturales, y las tiendas del tren.

La FEED cuenta con aliados estratégicos que son los prestadores de los servicios de los 23 cafés del tren, 14 plazas artesanales, 13 museos locales, dos refugios de montaña, nueve grupos de

recreación histórica y rescate cultural y varias comunidades de Turismo Comunitario. La red de emprendimientos asociados a la ruta del tren colabora con más 5.000 empleos directos e indirectos. Los emprendimientos que colaboran directamente con la FEEP reciben capacitación, asistencia técnica y son seleccionados en las propias comunidades (FEEP, 2017b).

Según Sancho y Buhalis (1998), el turismo influye de forma directa en la estructura social de la región o del país. Es decir, el empleo incrementa el bienestar económico, en especial en las comunidades que se encuentran en las zonas rurales, y evita la migración rural. La rehabilitación del tren en varios puntos de la Sierra y Costa del Ecuador ha reactivado las economías locales de las distintas comunidades, generando empleos en aquellos lugares que se encuentran en las distintas rutas del tren.

En diciembre del 2016 se han generado 5.526 empleos a nivel nacional y 1.534 unidades productivas que se encuentran en la ruta del tren. En la tabla n° 1 se muestra el número empleos y la creación de unidades productivas.

Tabla n° 1. Empleos y unidades productivas por tramos del tren.

Tramo	N° Empleos	N° Unidades Productivas
Quito – Cevallos - Mocha	1.245	409
Otavallo - Ibarra	512	186
Ibarra - Salinas	266	49
Urbina - Riobamba	1.088	288
Riobamba - Colta	208	48
Alausí – Sibambe - Huigra	950	122
Tambo - Coyocor	104	13
Durán - Bucay	1.153	419
Total	5.526	1.534

(Fuente: Elaboración propia a partir de FEEP, 2017a)

Los turistas transportados en el 2016 fueron 113.498 pasajeros. El producto más demandado fue el de excursión, con 112.135 pasajeros, y el producto crucero fue de 1.363 pasajeros. Un dato muy importante que se observa en el producto de excursión es que en 2016, la zona más demandada por los turistas fue los Andes Sur, con un 51%; Andes Centro, con un 22%; Andes Norte, con 17% y la Costa del Pacífico, con un 10% (FEEP, 2017a).

Los ingresos por turistas provienen de las provincias de Riobamba y Cotopaxi, debido a que el mayor atractivo turístico de la ruta del tren se encuentra en la Nariz del Diablo, situada en el tramo de Alausí – Sibambe. El segundo atractivo turístico entre otros es el Boliche, que se encuentra en el Parque Nacional Cotopaxi y se ubica en el tramo Quito – Boliche.

5. Turismo Comunitario en la Ruta del Tren

El desarrollo de los emprendimientos de turismo comunitario de Ecuador fueron impulsados por las comunidades indígenas y rurales como resistencia a la presencia de empresas extractivas,

reivindicación de sus territorios y la lucha contra la pobreza (Solís, 2007). No obstante, en los últimos tiempos los afroecuatorianos también se han involucrado en iniciativas turísticas presentes en la región de la Costa y Sierra (provincias de Imbabura y Carchi). Pero su participación es relativamente baja en la conformación de redes e impulso de proyectos turísticos que revitalicen su cultura (Benítez y Albuja, 2014).

A lo largo de la ruta del tren se encuentran alrededor de 50 centros que se dedican al turismo comunitario ubicados en las provincias de Cañar, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura y Guayas. En el cuadro n° 1 se mencionan los proyectos que se encuentran en los diferentes destinos turísticos regionales del Ecuador. Algunos de éstos son socios de la FEEP y prestan los servicios turísticos directamente a los turistas del tren en cada una de las estaciones. Sin embargo, el resto de los proyectos turísticos se benefician indirectamente de los turistas que llegan a cada una de las provincias con los servicios de hospedaje, guianza, transporte, tiendas de souvenir, alimentación, productos agrícolas y derivados, entre otros.

Cuadro n° 1. Proyectos de turismo comunitario – ruta del tren.

N°	Nombre del proyecto	Destinos turísticos regionales	Provincia	Cantón	Parroquia
1	Nizag	Andes Centro	Chimborazo	Alausí	La Matriz
2	Tolte	Andes Centro	Chimborazo	Alausí	Pistishí
3	Centro de Desarrollo Integral Cedibal "Balda Lupaxi"	Andes Centro	Chimborazo	Colta	Columbe
4	Centro de Desarrollo Indígena "Cedein"	Andes Centro	Chimborazo	Colta	Villa La Unión Cajabamba
5	Asociación de Guías Indígenas de Guarguallá - AGIG	Andes Centro	Chimborazo	Guamote	Cebadas
6	Centro de Capacitación de Totorillas	Andes Centro	Chimborazo	Guamote	Guamote
7	Asociación de Guías RAZU ÑAN	Andes Centro	Chimborazo	Guano	San Andrés
8	Calshi	Andes Centro	Chimborazo	Guano	San Andrés
9	Santa Lucía de ChuquiPayo/Visión Futura	Andes Centro	Chimborazo	Guano	San Andrés
10	Pucara Tambo	Andes Centro	Chimborazo	Riobamba	Cacha
11	Asociación de Mujeres de Jatari Campesino	Andes Centro	Chimborazo	Riobamba	Calpi
12	UrkukunapakWasi	Andes Centro	Chimborazo	Riobamba	Calpi
13	Quilla Pacari	Andes Centro	Chimborazo	Riobamba	Calpi

XI Congreso Internacional Virtual Sobre Turismo y Desarrollo / Simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural

14	SumakKawsay – Palacio Real	Andes Centro	Chimborazo	Riobamba	Calpi
15	Casa Cóndor	Andes Centro	Chimborazo	Riobamba	San Juan
16	Unión de Organizaciones Campesinas de San Juan - Ucasaj	Andes Centro	Chimborazo	Riobamba	San Juan
17	Romerrillos	Andes Centro	Cotopaxi	Latacunga	Pastocalle
18	Lago Verde Quilotoa	Andes Centro	Cotopaxi	Pujilí	Zumbahua
19	Shalalá	Andes Centro	Cotopaxi	Pujilí	Zumbahua
20	Irubí	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	Apuela
21	San Antonio de Pucará	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	Apuela
22	Ayllu Kawsay	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	Cotacachi
23	Runa Tupari Alojamiento Familias	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	Cotacachi
24	Tambo Jatarishun	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	Cotacachi
25	Albergue Familiar El Rosal	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	García Moreno
26	Ecoturismo Junín	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	García Moreno
27	Hotel Comunitario Hormiga Verde	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	García Moreno
28	Peribuela	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	Imantag
29	Santa Bárbara	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	Sagrario
30	Tunibamba	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	Sagrario
31	La Calera	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	San Francisco
32	Los Morochos	Andes Norte	Imbabura	Cotacachi	San Francisco
33	Asociación de Turismo y Cultura Afroecuatoriana "Aroma Caliente"	Andes Norte	Imbabura	Ibarra	Ambuquí
34	Hospedería Comunitaria Doña Evita	Andes Norte	Imbabura	Ibarra	Ambuquí
35	La Magdalena	Andes Norte	Imbabura	Ibarra	Angochagua
36	Zuleta Inolvidable MushukKawsay	Andes Norte	Imbabura	Ibarra	Angochagua
37	Refugio Volcán Imbabura	Andes Norte	Imbabura	Ibarra	La Esperanza
38	Tradiciones San Clemente	Andes Norte	Imbabura	Ibarra	La Esperanza
39	Finca Los Robles	Andes Norte	Imbabura	Ibarra	Lita
40	Bombódromo Palenque	Andes Norte	Imbabura	Ibarra	Santa Catalina de Salinas
41	Pijal/Sumak Pacha	Andes Norte	Imbabura	Otavalo	González Suárez
42	Red De Turismo Comunitario SumakKawsay	Andes Norte	Imbabura	Otavalo	Miguel Egas Cabezas
43	Chuchucán	Andes Sur	Cañar	Cañar	Cañar

44	La Carbonería-Shayacrumi	Andes Sur	Cañar	Cañar	Cañar
45	Zhuya	Andes Sur	Cañar	Cañar	Gualleturo
46	Charón Ventanas	Andes Sur	Cañar	Cañar	Honorato Vásquez
47	Ventura	Andes Sur	Cañar	Cañar	Ventura
48	Kuyallacta (Sisid Anejo Y Caguanapamba)	Andes Sur	Cañar	Tambo/Cañar	Tambo/Ingapirca
49	Asociación de Trabajadores 5 de Septiembre	Costa del Pacífico	Guayas	General Antonio Elizalde	General Antonio Elizalde
50	Shuar TsuerEntsa	Costa del Pacífico	Guayas	Naranjal	Naranjal

Fuente: Elaboración propia a partir de Cabanilla (2016) y FEEP (2017a).

A continuación se enuncian algunos de los centros comunitarios que colaboran con la FEEP y que se encuentran en las zonas rurales, y además los emprendimientos que son gestionados por comunidades indígenas y afro ecuatorianas.

Bombódromo Palenque

La comunidad de Salinas de la parroquia de Santa Catalina de Salinas de la provincia de Imbabura inicia sus actividades turísticas a partir del 2008. Este emprendimiento se encuentra localizado en la ruta del *Tren de la Libertad I y II*. Las operaciones turísticas han sido el resultado del trabajo conjunto entre las autoridades locales, emprendedores comunitarios y la FEEP (Maldonado, Benítez y Rhea, 2016). La comunidad de Salinas es una población afroecuatoriana que tiene una fuerte organización y que ha logrado impulsar varias actividades económicas beneficiadas con la llegada del tren. Entre los atractivos turísticos está el Museo de Sal con su gastronomía, grupos de danzas, la banda juvenil, las artesanías e historia y expresiones culturales. El desarrollo turístico de Salinas, según Maldonado et al. (2016) “no cuenta con un sistema de articulación y aplicación de estándares de calidad, reflejando inestabilidad de la oferta y calidad turística, además de la limitación en la variedad e innovación de nuevos productos” (p.1).

Romerillos

La comunidad de San Bartolomé de Romerillos de la parroquia San Juan de Pastocalle de la provincia de Cotopaxi inicia sus actividades turísticas a partir del 2004. Esta comunidad se encuentra en la ruta *Tren de los Volcanes I y II y III*. Con la llegada del tren al área recreacional el Boliche se crea la Cafetería del Tren, que es administrada por algunas familias de esta comunidad. Sus actividades principales son la agricultura y el servicio de transporte, entre otras. Los servicios turísticos que ofrece la comunidad son: tours guiados a los senderos del Boliche, cabalgata de caballos, alquiler de bicicletas, gastronomía y hospedaje. Además cuentan con una operadora comunitaria “Boliche Tours”.

Urkukunapak Wasi

Este proyecto se encuentra en la comunidad La Moya, en la parroquia Calpi de la provincia de Chimborazo. Inició sus actividades turísticas en el 2016 y la oferta turística son: la historia de los hieleros del Chimborazo, el museo de la montaña, guianza, hospedaje, alimentación y artesanías. Esta comunidad se encuentra en la ruta del *Tren del Hielo I*.

Asociación de Mujeres de Jatari Campesino

La comunidad Jatari Campesino de la parroquia Calpi, perteneciente a la provincia de Chimborazo, se encuentra en una de las tres paradas del recorrido de la ruta *Hielo I*. Este emprendimiento inicia sus actividades a partir del 2016 y ofrece el servicio de guía turístico a los turistas del tren, artesanías y gastronomía. La población incurrió al turismo desde la llegada del tren a la comunidad, y además potencian los lugares turísticos que tiene la localidad. Desde esta comunidad se hace un recorrido para llegar a la de La Moya.

SumakKawsay – Palacio Real

La comunidad de Palacio Real de la parroquia de Calpi de la provincia de Chimborazo inicia sus actividades desde el 2006. Las propuestas turísticas que se ofrecen a los turistas son el Museo de la Llama, artesanías y prendas de vestir de alpaca, gastronomía y guianza. Este emprendimiento se encuentra en la ruta del *Tren Hielo I*.

Asociación de Guías RAZU ÑAN

La comunidad de Pulinguí de la parroquia de San Andrés de la provincia de Chimborazo inicia sus actividades en el 2003. En la estación del tren de Urbina, la más alta del sistema férreo, el Señor Baltazar Ushca es conocido como el último hielero del Chimborazo recibe a los turistas en calidad de guía. Entre la oferta turística se encuentra el Centro de Interpretación del Hielo y el Refugio del Tren, donde se puede pernoctar. También se propone disfrutar de la gastronomía, guianza, artesanías y helados elaborados con el hielo extraído del volcán Chimborazo. Este emprendimiento se localiza entre la ruta del *Hielo I y II* (FEEP, 2017c).

Nizag

La comunidad de Nizag se encuentra en la parroquia la Matriz de la provincia de Chimborazo, junto a la estación de tren de Simbambe, es el sitio más turístico del tren conocido como la Nariz del Diablo. En El Refugio del Tren los Turistas pueden alojarse y visitar el Museo Cóndor Puñuña y el Café del Tren. Además ofrecen el servicio de guianza del mirador del Cóndor Puñuña y artesanías. Se encuentra en la ruta de la *Nariz del Diablo*.

Tolte

La comunidad de Tolte se encuentra en la parroquia de Pistishí de la provincia de Chimborazo, y comenzó sus actividades en el año 2009. Se ofrecen los servicios de restaurante en la Nariz del Diablo, ciclismo y cabalgatas artesanías en la estación de Sibambe. Las comunidades de Nizag y Tolte impulsaron el proyecto de la rehabilitación de tren que beneficia a las familias de las dos comunidades (FEEP, 2011b). Comunidad asociada a la *Ruta Nariz del Diablo*.

Shuar TsuerEntsa

La comunidad Shuar se encuentra en la parroquia el Naranjal de la provincia de Guayas, e inicia sus actividades desde el 2005. Los servicios que ofrecen son hospedaje, alimentación, guianza y artesanías. Este emprendimiento se encuentra en la ruta del *Tren del Cacao*. Las mujeres y el líder shuar de la comunidad reciben a los turistas con danzas y rituales en la estación del tren (FEEP, 2014b).

Asociación de Trabajadores 5 de Septiembre

Se encuentra en la parroquia General Antonio Elizalde Bucay de la provincia del Guayas, colabora con la FEEP en la oferta artesanal en tagua, caña de guadua (FEEP, 2013). Este emprendimiento se encuentra en la Ruta del *Tren de la Dulzura*.

6. Conclusiones

El presente estudio revela que la inversión pública en empresas que desarrollan un turismo sostenible ayuda a revitalizar el patrimonio cultural y además genera empleos en las comunidades campesinas indígenas y afro ecuatorianas. Ecuador es un país con una amplia experiencia en Turismo Comunitario, de ahí que a lo largo de los años algunos emprendimientos haya logrado consolidarse desarrollando esta actividad.

La llegada del tren a algunas comunidades ha sido fundamental para el surgimiento de nuevas actividades económicas e incluyó impulsar el turismo comunitario como son los casos de la comunidad de Salinas, Jatari Campesino y La Moya. Éste es un ejemplo de cómo la FEEP y los Gobiernos Autónomos Parroquiales han sabido utilizar sinergias para promover el turismo en las comunidades rurales.

A lo largo de la ruta del tren existen alrededor de 50 emprendimientos que se dedican al turismo comunitario, y que no aprovechan las rutas turísticas para promocionarse y atraer más turistas. Las comunidades poseen una idiosincrasia que retrasa la ejecución de servicios, toma de decisiones y la organización del emprendimiento. Existen emprendimientos que llevan varios años sumergidos en

esta actividad y no se consolidan, y algunas iniciativas tienden al fracaso por falta de recursos y asistencia técnica.

Por otro lado, no existe suficiente información sobre los turistas que visitan cada uno de los centros comunitarios que trabajan directamente con la FEEP y los servicios que demandan, así como el impacto socioeconómico que ha repercutido en las familias que trabajan con el tren.

Bibliografía

-Benítez, N. y Albuja, J. (2014). *Desafíos y legado de 106 personajes Afros y Afrodescendientes del Ecuador (XVI - XXI)*. Málaga: Universidad de Málaga y Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

-Blackstock, K. (2005). A critical look at community based tourism. *Community Development Journal*, 40(1), 39-49. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/31504718_A_critical_look_at_community_based_tourism

- Cabanilla, E. (2016). *Configuración socio espacial del turismo comunitario. Caso República del Ecuador*. Tesis doctoral. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur.

- Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD) (1987). *Nuestro futuro común*. Madrid: Alianza Editorial.

- Deroi, L. (1988). "Alternative or community-based tourism", en: D'Amore Louise y Jafari, Jafar (eds.), *Tourism: a Vital Force for Peace*, pp. 81-95. Montreal: L. D'Amore and Associates.

- Empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) (2010). *Guardavía. Revista Institucional de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública*, n° 1, pp. 9-16.

Recuperado de:

<http://trenecuador.com/ferrocarrilesdeecuador/wp-content/uploads/2014/09/guardavia-N1.pdf>

- Empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) (2011a). *Plan Estratégico FEEP*.

Recuperado de:

<http://trenecuador.com/ferrocarrilesdeecuador/wp-content/uploads/2014/09/estrategiafeep.pdf>

- Empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) (2011b). *Guardavía. Revista Institucional de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública*, n°3, pp.4-14. Recuperado de:

<http://trenecuador.com/ferrocarrilesdeecuador/guardavia-n3/>

- Empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) (2013). *Guardavía. Revista Institucional de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública*, nº8, pp.4-18. Recuperado de:
<http://trenecuador.com/ferrocarrilesdeecuador/guardavia-n8/>

- Empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) (2014a). *FEEP Ponencia-Perú*. Recuperado de:
http://www.ongawa.org/wp-content/uploads/2014/03/FerrocarrilesDelEcuador_EITren.pdf

- Empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) (2014b). *Guardavía. Revista Institucional de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública*, nº 9, 4-18. Recuperado de:
<http://trenecuador.com/ferrocarrilesdeecuador/guardavia-n9/>

- Empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) (2017a). *Rendición de Cuentas 2016*. Recuperado de:
<http://trenecuador.com/wp-content/uploads/gerencia-de-planificacion/RENDICION/2016/Rendici%C3%B3n%20de%20cuentas%20FEEP%202016.pdf>

- Empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) (2017b). *Conoce a la Comunidad detrás de Tren Ecuador*. Recuperado de: <http://trenecuador.com/es/comunidad/>

- Empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) (2017c). *El último hielero*. Recuperado de:
<http://trenecuador.com/es/comunidad/el-ultimo-hielero/>

- 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.

- Funes, L., Romero, I. y Espín, E. (2015). "El turismo comunitario como estrategia de desarrollo en base al Sumak Kausay en Ecuador". *TURyDES. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 8(19), 1-15. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/tsydes/19/sumak-kausay.html>

- Gascón, J. (2011). "La metodología "Pro-Poor Tourism: un análisis crítico". *Opiniones en Desarrollo. Programa Turismo Responsable*, artículo nº 9. Recuperado de:
<http://www.albasud.org/publ/docs/39.pdf>

- Gascón, J. (2015). "Pro-Poor Tourism as a Strategy to Fight Rural Poverty: A Critique". *Journal of Agrarian Change*, 15(4), 499-518. Recuperado de:
<https://doi.org/10.1111/joac.12087>

- Kay, C. (2009). "Estudios rurales en América Latina en el periodo de globalización neoliberal: ¿una nueva ruralidad?". *Revista Mexicana de Sociología*, 71, 607-645. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32113274001>

- López-Guzmán, T. y Sánchez, S. (2009). "Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso en Nicaragua". *Cuadernos de desarrollo rural*, 6(62), 81-97.

- Maldonado, C. (2006). *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. Documento de trabajo nº 13 de la Organización Internacional del Trabajo. Ginebra: OIT.

- Maldonado, A., Benítez, N. y Rhea, S. (2016). "Estandarización de la calidad turística en los emprendimientos de Salinas – Ibarra. *TURyDES*". *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 9(20), 1- 25. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/curydes/20/salinas.html>

- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) (2007). *Diseño del plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.

- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR 2017). *Boletín Mensual 2015 - 2016. Principales Indicadores de Turismo*. Coordinación General de Estadística e Investigación. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>

- Murphy, P. (1985). *Tourism: A community approach*. Londres: Methuen.

- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1980). *Declaración de Manila*. Madrid: OMT.

- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1980). *Declaración de la Haya sobre el Turismo*. Madrid: OMT.

- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1995). *Carta del turismo sostenible*. Madrid: OMT.

- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2001). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2002). *Declaración de Québec sobre el ecoturismo*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2005). *Declaración. "El turismo al servicio de los objetivos de desarrollo del Milenio"*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2012). *Políticas y Prácticas para el turismo mundial*. Madrid: OMT. Recuperado de: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413874.1>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2015). *Carta Mundial de Turismo Sostenible*. Madrid: OMT.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2012). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible*. New York: ONU.
- Richards, G. y Hall, D. (2000). *Tourism and sustainable community development*. Londres: Routledge.
- Ruíz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P. y Del Campo, A. (2008). "Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 399-418. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88160302>
- Sancho, A. y Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013*. Recuperado de: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir_%28version_resumida_en_espanol%29.pdf
- Solís, D. (2007). "De la Resistencia a la Sostenibilidad. El proceso histórico del Turismo Comunitario en Ecuador y sus retos actuales". En Ruíz, E. y Solís, D. (Coord.) (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social* (pp. 21-40), Quito: AbyaYala.

- Valdés, L. (2001). "Turismo, desarrollo y sostenibilidad", en *Buendía, J. y Colino, J. (eds). Turismo y Medioambiente* (pp.19-49), Madrid: Civitas.

(Julio 2017)

PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL CONCEPTO DE RESILIENCIA EN DESTINOS PATRIMONIALES: EL CASO DE ST. AUGUSTINE

Estefania M. Basurto-Cedeño, M.S.

Universidad de Florida.

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

ebasurto@ufl.edu¹

Lori Pennington-Gray, Ph.D.

Universidad de Florida.

pennggray@hnp.ufl.edu²

Xavier Basurto-Cedeño, M.S.

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Alberto.basurto@uleam.edu.ec³

RESUMEN

El presente trabajo constituye un análisis de la importancia de la adopción del marco de resiliencia en destinos turísticos patrimoniales con la finalidad de garantizar la sostenibilidad de los recursos culturales a largo plazo. Las características del marco de resiliencia son analizadas en el trabajo y se realiza un estudio del nivel de compromiso de los representantes del sector turístico del destino patrimonial San Augustine en el estado de Florida (Estados Unidos). La metodología utilizada es de naturaleza cualitativa y consta de un análisis bibliográfico, observación de campo, y entrevistas con los principales representantes del sector turístico y de preservación del destino en estudio.

Palabras claves

Sostenibilidad, Resiliencia, Preservación, Patrimonio

ENGAGEMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE RESILIENCE OF CULTURAL HERITAGE DESTINATIONS: THE CASE OF ST. AUGUSTINE AND CUENCA

The present study constitutes an analysis of the importance of the adoption of the resilience framework in heritage tourist destinations with the purpose of guaranteeing the sustainability of the cultural resources in the long term. The characteristics of the resilience framework are analyzed and a study of the level of

¹ Master en Gestión y Desarrollo Turístico, Universidad de Alicante (2012)

Ingeniera en Administración de empresas turísticas y Hoteleras, Universidad Católica Santiago de Guayaquil (2009)

Profesora de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

² Fundadora del Tourism Crisis Management - Directora asociada del Eric Friedheim Tourism Institute Ph.D. Park, Recreation and Tourism Resources, Michigan State University (1999)

M.S. Leisure Studies, Pennsylvania State University (1994)

B.A. Recreation and Leisure Studies, University of Waterloo (1993)

³ Magister en Gestión Empresarial, Universidad Técnica Particular de Loja (2014)

Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional, Universidad Católica Santiago de Guayaquil (2011)

Profesor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

commitment of the representatives of the tourism sector of the heritage destination St. Augustine in the state of Florida (United States) is carried out. The methodology used is qualitative and consists of a bibliographic analysis, field observation and interviews with the main representatives of the tourism and conservation sectors of the destination under study.

Keywords

Sustainability, Resilience, Preservation, Heritage

1. INTRODUCCIÓN

Los destinos turísticos patrimoniales poseen características únicas como su estética, importancia en la identidad de los pueblos, posibles beneficios económicos generados por el desarrollo turístico, etcétera (Du Cross and McKercher 2014). Son en muchos casos considerados como un legado de la historia y la naturaleza de una región y motivo de orgullo entre los habitantes de una comunidad. Por lo mencionado la conservación de este tipo de destinos debe garantizarse para futuras generaciones. De forma general los destinos patrimoniales son de igual manera destinos turísticos por naturaleza. En su calidad de destinos turísticos pueden recibir turistas nacionales e internacionales, dependiendo del grado de significancia que los recursos culturales con que cuenten (Du Cross and McKercher 2014). De igual manera, el establecimiento y crecimiento de la industria turística en los destinos patrimoniales dependerá de forma inequívoca del deseo de los miembros de la comunidad de involucrarse en este tipo de desarrollo, así como del nivel compromiso de las autoridades locales de incorporar medidas que faciliten el crecimiento del sector turístico en el destino.

Un factor a considerar es la importancia del impacto económico de la industria turística en el bienestar de la comunidad de los destinos patrimoniales (Basurto et al. 2015) así como para la sostenibilidad de los esfuerzos de conservación de los recursos culturales que en la mayoría de los casos dependen de los ingresos generados de la actividad turística (Du Cross and McKercher 2014).

El desarrollo turístico en destinos patrimoniales también dependerá en gran medida de la disponibilidad de recursos culturales dentro de un destino para seguir atrayendo visitantes a largo plazo. Debido a la estrecha relación que existe entre el turismo y los sectores de preservación, es fundamental la participación y el compromiso del sector más rentable para asegurar la sostenibilidad de los activos comunes en el futuro. En el caso mencionado, el sector más rentable es el sector turístico. El turismo es una actividad económica de gran importancia, responsable del 10% del PIB mundial y la fuente de ingresos para muchos destinos, generando uno de cada once puestos de trabajo en todo el mundo (OMT 2016).

Sin embargo, el desarrollo del turismo por lo general viene ligado a un costo, en especial sino existen lineamientos de planificación para el desarrollo sostenible. El crecimiento insostenible del turismo podría conducir a resultados no deseados como un aumento importante en el precio de los servicios locales y el costo de vida, el aumento de la delincuencia, el deterioro de la relación entre local y turístico (etapa de molestia), la aculturación, el compromiso de la autenticidad de los recursos culturales, etc.

Con la finalidad reducir el impacto del desarrollo turístico en un destino cultural, varios estudiosos han sugerido se lleve a cabo una planificación sostenible del turismo a largo plazo (Du Cross y McKercher 2014, Timothy y Boyd 2003, Fugas y Fyall 2006, Basurto et al., 2015). Para esto se han recomendado varias estrategias, entre ellas: incorporación de diferentes partes interesadas en el proceso de planificación, desarrollo de la visión y declaración de misión del destino, creación e implementación de una organización que se encargue de vigilar el cumplimiento de dichas declaraciones, entre otras. Más recientemente, se ha sugerido que la planificación de la resiliencia en los destinos patrimoniales (OMT, 2016) es una forma de alcanzar la sostenibilidad y hacer frente a los cambios y presiones externos originados por los fenómenos naturales y el cambio climático.

Este documento ofrecerá una visión general del marco de resiliencia aconsejado en los destinos de turismo patrimonial, así como la percepción de los miembros del sector turístico de la ciudad de San Augustine en el estado de Florida (Estados Unidos) con respecto a la importancia de la adopción del marco de resiliencia en el destino.

2. CONCEPTO DE RESILIENCIA

Resiliencia es la capacidad de un sistema para absorber las perturbaciones y reorganizarse mientras se somete a un cambio para conservar esencialmente la misma función, estructura, identidad y retroalimentación (Walker et al., 2004). El concepto de resiliencia nace en 1973, cuando Hollings propuso una nueva forma de entender los sistemas ecológicos e introdujo el "ciclo adaptativo" en el cual diferentes componentes del sistema podrían influir en el cambio en otros componentes, o incluso en todo el sistema. Hollings también introdujo el "concepto de resiliencia ecológica" y lo definió como el tiempo requerido para que un ecosistema regrese a un estado de equilibrio o estacionario después de la perturbación. A finales de los noventa, el uso del concepto de resiliencia se expandió (especialmente en las ciencias humanistas) y la adición de un componente social era necesaria, cuando los investigadores reconocieron el tremendo impacto que ocasionan las personas en el ecosistema. Desde entonces, la noción de resiliencia ha sido adaptada por varias disciplinas, dando lugar a una amplia variedad de terminologías y conceptos.

3. RESILIENCIA COMUNITARIA

La resiliencia comunitaria es un atributo de la población dentro de un destino, que se caracteriza por la participación activa de los miembros de la comunidad en la anticipación o la respuesta a las crisis (sociales o ambientales) con el fin de recuperar la funcionalidad completa de la sociedad después de una crisis. De acuerdo a la teoría de resiliencia comunitaria las acciones emprendidas por la comunidad podrían asegurar la recuperación rápida de un destino, al punto de recobrar el equilibrio perdido, o incluso evolucionar a un mejor estado. La eficacia de la resiliencia comunitaria radica en la calidad de los nexos poblacionales existentes y el nivel de compromisos de los miembros de la comunidad.

4. RESILIENCIA DEL TURISMO

En el campo del turismo, la idea de la planificación de la resiliencia ha surgido como una alternativa al paradigma del desarrollo sostenible tradicional, en el cual la planificación debe incluir tres pilares fundamentales (social, económico y ambiental) y donde se aspira que los recursos naturales y culturales se mantengan en un estado prístino sin importar los cambios y, o evoluciones del entorno. A diferencia, el concepto de resiliencia proporciona un enfoque más efectivo que permite la adaptación intentando construir la capacidad para regresar a un estado deseable después de perturbaciones anticipadas e imprevistas (Lew 2014). Al hablar de estados deseables, dejamos implícito que si bien se puede aspirar a retornar al estado de equilibrio previo a una crisis o impacto, también se admite la evolución a un estado más deseable que el original. La mayoría de los estudios de resiliencia realizados en el campo del turismo se han centrado en el concepto de resiliencia económica, en particular en lo que se refiere a las empresas turísticas tras un desastre mayor (Biggs et al., 2012; Lew 2014). Sin embargo, los destinos turísticos son sistemas complejos que se encuentran en estado constante de cambio pero que, en la mayoría de los casos, se gestionan con estrategias de Status Quo, que han derivado en resultados ineficaces al prepararse para las crisis. En este trabajo el enfoque es orientado al nivel del compromiso de los representantes del sector turístico en adoptar un marco de resiliencia que garantice la disponibilidad de los recursos culturales para futuras generaciones, pero dando cabida a la evolución y cambio que son características fundamentales de la especie humana y del ecosistema.

5. PROPÓSITO DEL ESTUDIO

El propósito del presente estudio es brindar una visión general de las características del destino ciudad de San Augustine en el estado de Florida (Estados Unidos) así como la identificación de las vulnerabilidades del destino y la percepción de resiliencia e importancia de la implementación del marco teniendo en cuenta la opinión de los actores turísticos y culturales.

6. IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

El presente estudio es importante porque proporciona la identificación de los principales riesgos y vulnerabilidades del destino turístico patrimonial y el estado percibido de resiliencia de dicho destino frente a vulnerabilidades. Toma en cuenta la opinión de las partes interesadas y constituye un primer enfoque para involucrarlas en la adopción del marco de resiliencia.

7. METODOLOGÍA

La metodología utilizada en el presente estudio es el análisis exploratorio cualitativo. El análisis incluye el estudio del destino seleccionado y la identificación de riesgos y vulnerabilidades, teniendo en cuenta los recursos digitales y físicos disponibles en el destino. Una segunda etapa del análisis son entrevistas con actores locales y expertos en el campo de la gestión de crisis, la resiliencia, el turismo y la preservación cultural para determinar la etapa de resiliencia de los sitios de estudio seleccionados. Con el mismo enfoque, el estudio determinará la importancia percibida de la implementación del marco de resiliencia en los destinos bajo estudio.

La metodología implementada fue seleccionada por el autor como una forma de responder a las siguientes preguntas de investigación:

RQ1: ¿Son vulnerables los edificios históricos (atracciones culturales) del destino ante los riesgos?

RQ2: ¿Ha participado el sector turístico en alguna medida específica para reducir el riesgo en las atracciones culturales en el destino?

RQ3: ¿Es el sector del turismo vulnerable a riesgos específicos?

Con el fin de responder a las preguntas de investigación, este estudio proporciona una visión general del destino y un análisis FODA como resultados preliminares basados en el análisis de documentos y utiliza la información recogida en entrevistas y observación de los participantes para responder a cada pregunta en la sección de resultados.

Para el presente estudio se tuvieron en cuenta las voces y la opinión de varios participantes. Para el punto de vista de las partes interesadas de San Augustine, el investigador tuvo acceso a siete expertos en cultura y turismo, y siete estudiantes de postgrado. La muestra de este estudio no es aleatoria. Los expertos que se consultaron son miembros activos del sector de turismo y preservación de la ciudad de San Augustine y los estudiantes de posgrado son de la Universidad de la Florida de las facultades de turismo y de preservación. El estudio fue llevado a cabo durante tres visitas de campo a St. Augustine donde se llevaron a cabo entrevistas con los participantes en un ambiente amigable y libre de coerción. El propósito de la mencionada estructura de investigación (abierto y flexible) se justifica dado que el propósito es conocer a profundidad las percepciones de importancia de la implementación del marco de resiliencia en destino, así como el nivel de compromiso de los principales actores del turismo en invertir en este tipo de alternativas.

8. CONTEXTO: SAN AUGUSTINE

La ciudad de San Agustín se encuentra en la costa noreste de la Florida, es la ciudad más antigua de los Estados Unidos fundada en 1565 el 8 de septiembre de 1565 por el almirante español Pedro Menéndez

de Avilés. Tiene un rico patrimonio que incluye raíces españolas, francesas y británicas. San Agustín es un importante destino turístico cuyo principal patrimonio (atracción) es el Castillo de San Marcos, una construcción militar española hecha de coquina y que fue construida con el objetivo de proteger la ciudad de ataques piratas. La ciudad de San Agustín está inscrita en el Registro Nacional, porque mantiene el plan de la ciudad utilizado por los colonos españoles. Otros destinos turísticos importantes del patrimonio de San Agustín son Forth Matanzas, Fuente de la Juventud, Barrio Colonial, Forth Mose, el faro, entre otros.

La Universidad de Florida administra 23 parcelas históricas de propiedad estatal con 38 edificios históricos separados, ubicados en la Ciudad de San Agustín, asegurando la preservación e interpretación a largo plazo de los bienes culturales.

La ciudad de San Agustín es un destino reconocido de turismo cultural en la Florida, recibiendo más de dos millones de visitantes en 2014 con un crecimiento del 9.9% en ese mismo año. Los recursos generados por la industria turística son muy necesarios para la comunidad de preservación, por eso varios estudios se han realizado en el destino Con el fin de comprender las motivaciones y expectativas de los visitantes.

9. RESULTADOS

Teniendo en cuenta la información recogida en el análisis del documento y las entrevistas con los participantes se ha respondido a la pregunta de investigación planteada en la sección de metodología:

¿Son vulnerables los edificios históricos (atracciones) de los destinos estudiados para los riesgos específicos del destino?

Las atracciones turísticas patrimoniales del destino de San Augustine están en buena condición debido a los esfuerzos permanentes de conservación y restauración y los recursos invertidos en los recursos culturales. Sin embargo, debido a la naturaleza del material de los edificios y otros recursos patrimoniales, son vulnerables a riesgos específicos. La mayoría de edificaciones históricas en el destino son de coquina. La coquina es susceptible a la humedad y propicia un ambiente ideal para la proliferación de hongo y plantas de humedad. Otras construcciones son de madera o están ubicadas en áreas donde ocurren inundaciones (como cerca del mar). Hay que recalcar que, debido a la ubicación geográfica de la ciudad de San Augustine, es vulnerable a impactos de huracanes alrededor de 3 veces por año. Lo mencionado ha acarreado altos costes de preservación de los atractivos históricos. Sin embargo, dado que los ingresos por turismo destinados a preservación son altos, esto no representa un obstáculo.

Un problema que surge de la alta dependencia de los recursos del sector turísticos es que hay un conflicto perenne entre la autenticidad de la interpretación de los recursos culturales versus la comercialización de dichos recursos para complacer las expectativas de los turistas. Uno de los entrevistados del sector de preservación mencionó: *“El coste de mantenimiento de los edificios es sumamente alto, y como te podrás dar cuenta siempre estamos trabajando para que las estructuras no se deterioren, pero lo logramos debido a que contamos con un buen presupuesto, en especial si lo comparamos con el que tienen otros destinos, claro que siempre hace falta más (se ríe) ... esta dependencia es buena y mala ya que nos ocasiona continuas disputas ya que debemos no solo mantener la fidelidad histórica sino también hacerlo entretenido para el turista, ya que siendo realistas sin los turistas no tendríamos ingresos y no podríamos preservar nada, así que nos toca ceder frecuentemente”*.

¿Ha tomado el sector turístico alguna medida particular para reducir el riesgo en el destino?

La ciudad de San Agustín y la ciudad de Cuenca cuentan con planes de gestión de crisis que identifican los principales riesgos y vulnerabilidades del destino. Pero, sólo los gobernantes de la ciudad de San Augustine ha identificado la necesidad de involucrarse en un marco de resiliencia para hacer frente a los cambios climáticos y los desastres naturales. Sin embargo, la involucración de los actores turísticos esta aun en etapas incipientes. Los participantes del estudio identificaron en numerosas ocasiones que conocían que había alternativas para manejar los riesgos, ya que eran conscientes de la importancia de recuperarse de los efectos de los desastres naturales. Uno de los representantes del sector hotelero mencionó: *“el turismo es nuestra principal fuente de ingreso, y no solo de nosotros los hoteleros sino de todos los miembros de la comunidad, si usted va y pregunta a algún empleado de un supermercado le va a decir lo mismo. Estamos conscientes que necesitamos del turismo y no nos podemos dar el lujo de dejar que la gente nos perciba como un destino poco seguro en la temporada de huracanes así que hacemos todo lo posible por reducir los riesgos y asegurar que nuestros clientes estén seguros. Además, si necesitamos cerrar el destino como hace poco con el huracán Matthew, tratamos de recuperarnos en tiempo récord, y utilizamos todos los medios digitales como Tripavidsor, para asegurar que estamos operando y que los daños (si es que hubiere) han sido superados”*. Un miembro del sector gubernamental dijo: *“Sabemos que tenemos un problema en el drenaje de las aguas lluvias, y estamos trabajando para poder implementar mejoras de bombeo, sobre todo en las partes bajas de la ciudad, pues no podemos permitirnos cerrarnos ante el flujo de turistas o que vengan visitantes y se lleven malas impresiones de la ciudad y no regresen”*. Bajo la misma línea un miembro de la comunidad expresó que *“todos como comunidad hacemos esfuerzo para levantarnos pronto porque necesitamos de la visita de los turistas, nuestra economía depende en gran medida de ello”*.

¿Es el sector del turismo vulnerable a riesgos específicos?

En el destino, el sector turístico es vulnerable a los desastres naturales. La percepción del riesgo después de un desastre influye en el número de visitantes en un destino. Debido al amplio uso de los medios de comunicación social, y la abrumadora cobertura de los medios de comunicación cuando un desastre natural o inducido principal golpea un destino, es muy difícil para un gestor de destino recuperar la imagen de seguridad. En san Augustine, donde el turismo constituye una fuente fundamental de ingresos, una reducción del número de visitantes o una interrupción de la actividad turística puede dañar gravemente la economía de la comunidad. El principal desastre natural que representa un riesgo para San Augustine son los huracanes.

10. CONCLUSIONES

En el caso de San Agustín el destino fue percibido como resiliente, no solo por la información recopilada en las entrevistas sino por que a través de observación se pudo comprobar que después de solo tres días que el huracán Matthew golpeará la ciudad , los negocios turísticos retornaron a sus labores regulares y el destino se abrió y estuvo listo para recibir a los visitantes. Por otro lado. El destino de San Agustín tiene acceso a asesoramiento de expertos y la investigación, y es capaz de participar en un enfoque sostenible..

11. REFERENCIAS

- Basurto Cedeño, E. M., Pennington-Gray, L., & Matthews, J. S. (2016). Preservación del patrimonio cultural para el desarrollo turístico. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/19/patrimonio.html> Acceso en, 23.
- Basurto-Cedeño, E. M., & Pennington-Gray, L. (2016). Tourism disaster resilience scorecard for destinations (TDRSD): the case of Manta, Ecuador. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 149-163.

- Biggs, D., Hall, C. M., & Stoeckl, N. (2012). The resilience of formal and informal tourism enterprises to disasters: reef tourism in Phuket, Thailand. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 645-665.
- Du Cros, H., & McKercher, B. (2014). *Cultural tourism*. Routledge.
- Leask, A., & Fyall, A. (Eds.). (2006). *Managing world heritage sites*. Routledge.
- Lew, A. A. (2014). Scale, change and resilience in community tourism planning. *Tourism Geographies*, 16(1), 14-22.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Pearson Education.
- UNWTO, Tourism Organisation. (2016). "Tourism Highlights, 2016 edition." *World*
- Walker, B., Holling, C. S., Carpenter, S., & Kinzig, A. (2004). Resilience, adaptability and transformability in social–ecological systems. *Ecology and society*, 9(2).

(Julio 2017)

EL PROGRAMA SIGO EN EMPRESAS TURÍSTICAS DE POSADAS (ARGENTINA) Y ENCARNACIÓN (PARAGUAY), COMO POLÍTICA PÚBLICA DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO

Fernanda Itatí Fiorino
Mail: fernandafiorino@hotmail.com

Claudia María Castells
Elvira Alicia Lansse
Florencia Banacor Tuzinkiewicz
Liliana María Dieckow
Marcelo Daniel Groh
Aldo Daniel Maciel

Universidad Nacional de Misiones (UNaM)
Posadas, Misiones Argentina.

Resumen

Esta investigación analiza las inversiones privadas de los últimos cinco años, en los sectores alojamiento y gastronómico en las ciudades de Posadas (Argentina) y Encarnación (Paraguay). Se evidencia una mayor preocupación por la calidad y la distinción. Posadas ha incrementado su oferta de alojamiento y gastronómico en cantidad y variedad, mientras que Encarnación registra un incremento mayor en cantidad de establecimientos. Respecto al programa SIGO en Posadas se incorporan 28 empresas turísticas, mientras que en Encarnación totalizan 14 establecimientos sobre todo en el sector alojamiento. En cuanto a las expectativas por parte de los empresarios, en términos generales fueron positivos, pero con resultados muy disímiles debido a diversos factores. Los resultados no han ayudado de forma eficaz en el sector turístico empresarial, pero la política del Estado de alguna manera dinamiza el desarrollo.

Palabras clave: Programa SIGO, Empresas turísticas, Política pública de desarrollo.

Introducción

Esta ponencia presenta resultados parciales de los proyectos de investigación titulados *“La gestión de calidad en empresas turísticas de Posadas (Argentina) y Encarnación (Paraguay) como destino turístico binacional. Análisis del programa SIGO y propuestas de medición integral de gestión de calidad”* Código 16H/415 y *“Diagnóstico del destino turístico Posadas - Encarnación (2015-2017)”* Código 16H/416 y que se desarrollan en la Secretaría de Investigación y Postgrado de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones (Posadas, Argentina).

El objetivo principal de estas investigaciones es analizar la gestión de calidad turística en empresas turísticas en Posadas (Argentina) y Encarnación (Paraguay) como destino turístico binacional y elaborar propuestas de mejora de medición y homologación y analizar el proceso de turistificación de ambos municipios y su conformación como destino turístico binacional, respectivamente.

Esta ponencia plantea como objetivos comparar la evolución de las ciudades de Posadas y Encarnación y su crecimiento turístico, evaluar el Programa SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional) y su implementación y distinción en ambas ciudades, analizar la opinión de los empresarios en relación a las expectativas e inserción real del programa y analizar la incidencia del mismo en el desarrollo de ambas ciudades.

Mediante el método cualitativo, se realizó relevamiento - mediante entrevistas- de las empresas adheridas al programa de calidad SIGO en ambos municipios, entrevistas a empresarios a fin de conocer sus expectativas en relación al programa y su efectiva inserción y

entrevistas a referentes del sector público para conocer si esta distinción es considerada como política pública de gestión para el desarrollo.

En la actualidad, la competitividad en las empresas y destinos turísticos es un factor decisivo en el éxito, por lo que crear condiciones favorables que permitan aprovechar las oportunidades para el crecimiento y desarrollo, deben ser objetivos de la política pública compartida por los Estados en sus diferentes niveles, quienes tienen que explicitar en los planes intereses y expectativas para el sector.

Entre las acciones que puede realizar el Estado se encuentran la promoción para el desarrollo de destinos mediante las inversiones en infraestructura que dotan a los destinos de los servicios básicos para el desarrollo de actividades económicas, las inversiones y el fomento de las mismas para poner en valor la oferta turística (como las inversiones para la comercialización, inversiones en formación que aportan el know how) y difusión y la promoción de las habilidades organizacionales necesarias para aumentar la competitividad del destino. Específicamente, la gestión empresarial y la calidad son dos herramientas claves para el buen desempeño del negocio y del destino.

Objetivos

General: Analizar los resultados del Programa SIGO, como política de desarrollo de destinos turísticos en Posadas (Argentina) y Encarnación (Paraguay).

Específicos

1. Comparar la evolución de las ciudades de Posadas y Encarnación y su crecimiento turístico.
2. Evaluar el Programa SIGO y su implementación en ambas ciudades.
3. Analizar la opinión de los empresarios en relación a las expectativas e inserción real del programa.
4. Analizar la incidencia del programa en el desarrollo de ambas ciudades.

Metodología

Esta ponencia expone resultados parciales de dos proyectos de investigación antes citados. Mediante una investigación descriptiva, utilizando fuentes secundarias se analizó la evolución histórica y demográfica de ambas ciudades y el crecimiento turístico.

Además con las fuentes primarias se utilizó el método cualitativo mediante el cual se realizaron entrevistas a propietarios - gerentes de empresas hoteleras y a funcionarios turísticos municipales, para abordar el tema de la implementación del Programa SIGO y su aporte al desarrollo.

Breve encuadre teórico

El programa SIGO

El Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) dependiente del Ministerio de Turismo de la Nación, consiste en un conjunto de herramientas operativas que tienen como meta impulsar y promover la cultura de calidad mediante estándares internacionales y la capacitación continua de actores turísticos, resguardando la salud sociocultural, económica y ambiental de los destinos donde tiene como principal objetivo de sus políticas públicas el de *“desarrollar la competitividad de las organizaciones turísticas del país a través de la aplicación de estándares de calidad que promueven la preservación de la sustentabilidad social, económica, cultural y ambiental”*

Este sistema se conforma por tres niveles de calidad, los cuales están compuestos por herramientas específicas para cada nivel y tienen distintos grados de exigencia en función de requisitos, para la puesta en práctica podemos jerarquizar en 3 niveles:

Nivel Inicial: Es el primer estadio del proceso de inmersión en la cultura de la calidad y está destinado a organizaciones que comienzan su camino en la calidad. Se facilita una sensibilización primaria a partir de la cual se procura la comprensión de todos los criterios de calidad aplicados a la gestión turística. Implica la facilitación de las metodologías y herramientas del SACT de forma asistida y un intensivo seguimiento por parte de los equipos técnicos de la Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística. En este nivel ubicamos al Sistema Inicial de Gestión Organizacional, programa conocido por sus siglas SIGO.

Nivel Avanzado: Es el segundo nivel destinado a quienes trabajan en la estandarización y sistematización de sus procesos de gestión, y requieren de una herramienta concreta que les permita hacerlo de una forma clara y efectiva. Frente a los procesos de mejora continua, la implementación de estas herramientas fortalece y consolida el ordenamiento de la gestión y el sistema de calidad."

Nivel de Excelencia: Se dirige a organizaciones que poseen sistemas de gestión de la calidad consolidados, y que pueden demostrar efectivamente su instauración y correcto funcionamiento en el tiempo.

Ahora bien ¿por qué elegir organizaciones distinguidas?

- Implica una garantía de calidad de los productos y servicios ofrecidos por el establecimiento distinguido.
- Asegura la participación activa del cliente en la mejora del establecimiento (tratamiento de quejas y sugerencias y sistema de encuestas).
- Otorga una mayor confianza en la profesionalidad del personal.
- Adecuación de los servicios a sus expectativas y necesidades.
- Ofrece mayor seguridad en la elección del establecimiento.

¿Por qué implementar herramientas de calidad?

- Contribuye a la integración en un proceso de mejora continua.
- Aporta una visión sistémica y global de hacia dónde quiere ir la organización.
- Contribuye a la adaptabilidad y flexibilidad del cambio organizacional.
- Promueve el trabajo en equipo y un mejor ambiente laboral.
- Incrementa la formación, motivación y el compromiso del personal.
- Promueve la innovación, creatividad y espíritu emprendedor.
- Optimiza la productividad y contribución de los empleados.
- Ayuda a la homogeneización de actividades y servicios.
- Ayuda a mejorar la posición competitiva en el mercado.
- Contribuye a incrementar la satisfacción del cliente, y por ende favorece su fidelización.
- Ayuda a desarrollar un sistema de seguimiento y evaluación de los procesos y actividades, y no un control y supervisión de los individuos.
- Reconocimiento por parte del sector turístico y del cliente.

(Fuente: <http://www.turismo.gov.ar/calidad/calidad-en-turismo>, 8/07/17)

Figura N°1: Niveles de calidad

Fuente: Monografía de grado: Belén, Acosta (2015) “Articulación de las normas de calidad IRAM-SECTUR y Programas de Calidad, con una normativa para regular y categorizar los lodges de la provincia de Misiones”. Facultad de Humanidades y Cs. Sociales UNaM, Argentina.

Resultados

La Ciudad de Posadas.- (República Argentina)

Es la capital de la provincia de Misiones y sede administrativa del gobierno provincial, donde se concentran los tres poderes (Ejecutivo-Legislativo-Judicial). Ubicada estratégicamente en el corazón de MERCOSUR, es el portal de acceso a la provincia, a la Argentina y a países limítrofes como lo son Paraguay y Brasil. Vías de acceso terrestre a la ciudad de Posadas, desde otras localidades de la provincia y de otros puntos de Argentina, es por la Ruta Nacional N° 12 y Ruta Nacional N°105, ingresando por el acceso Sur, bordeando el Río Paraná, o por la ex ruta Nacional N° 12, hacia la rotonda por Av. República Oriental del Uruguay. Y desde la ciudad de Encarnación a través del Puente Internacional San Roque de Santa Cruz (ferro-automotor), que une Encarnación con Posadas (5 km.).

La ciudad fue fundada en el año de 1614, cuando el Padre jesuita Roque González de Santa Cruz, en su misión evangelizadora, llegó a un lugar conocido como “Itapúa”, traducido del idioma guaraní “piedra en punta”. El 25 de marzo de 1615 funda un pueblo o reducción y la llamó Nuestra Señora de la Anunciación de Itapúa”. Este pueblo se encontraba sobre una la barranca a la margen izquierda del Río Paraná, con aborígenes guaraníes de la región, pero por diferentes razones no prosperó y seis años después fue trasladado a la margen derecha del río, refundándose con el nombre de “Nuestra Señora de Encarnación de Itapúa”. Posteriormente el lugar fue conocido con el nombre de “San José” o Trinchera de San José. (...) El 08 de noviembre de 1870, la Provincia de Corrientes que desde 1830 mantenía bajo su jurisdicción el punto geográfico que se trata, promulgó una ley creando el Departamento de Candelaria y disponiendo la residencia de sus autoridades en el punto conocido de “Trinchera de San José” y la habilitación de su puerto. El 22 de septiembre de 1879, la Provincia de Corrientes cambió el nombre de “Trinchera de San José” por el de “Posadas”. El 22 de diciembre de 1881 el Poder Ejecutivo de la Nación promulgó la ley de Federalización del Territorio Nacional de Misiones. (CAMBAS, 1970). Actualmente, la ciudad forma parte del Departamento Capital, que cuenta en total con más de 324.756 habitantes (IPES- 2010).

Entre sus atractivos turísticos encontramos una gran variedad que se distribuyen entre atractivos culturales: caracterizados por historia arqueológica, el período jesuítico-guaraní, arte y pintura, sus construcciones arquitectónicas; naturales: entornos fundamentales para la conservación de la biodiversidad ecológica y cultural; los acontecimientos programados de gran

conurrencia donde se destacan los eventos culturales-recreativos, deportivos, música y de conocimiento-tecnología y negocios, en espacios que cuentan con la infraestructura necesaria para la realización y disfrute de estos eventos., entre otros. La Costanera se ha convertido en uno de los puntos principales de la ciudad de Posadas. Lugar de esparcimiento para las familias posadeñas como para todo aquel que visita la misma.

En cuanto al equipamiento turístico cuenta actualmente con 35 establecimientos (1420 habitaciones, 3283 plazas), los cuales, en relación a las clases, se distribuyen de la siguiente manera: 15 hoteles, 10 residenciales, 5 apart hoteles, 3 hostel, una hostería y un bungalow, además, existen 3 camping.

Del total de plazas (17.550) de la provincia de Misiones, la ciudad de Posadas cuenta con alrededor de 3.280 representando el 19% del total; ubicándose en segundo lugar después de Puerto Iguazú que concentra el 50% del total de plazas de la provincia.

En cuanto a la ubicación, son establecimientos urbanos, localizados tanto en el microcentro como en distintos puntos estratégicos de la ciudad. Se diferencia un hotel por estar ubicado contiguo al aeropuerto de la ciudad y al centro de convenciones.

El sector turístico ha experimentado un sostenido crecimiento, con mayor cantidad de visitantes, a partir de la irrupción de nuevos productos y actividades turísticas vinculadas con los atractivos naturales existentes en la región. Ante esto, Posadas se ha convertido en un importante centro receptor de las corrientes turísticas que arriban a la Provincia, pudiendo constituirse en centro del turismo regional. En cuanto a la oferta de servicios, las alternativas para el alojamiento se están diversificando, y en los últimos 7 años, la oferta hotelera se vio incrementada con la llegada de dos hoteles 4 cuatro estrellas pertenecientes a una cadena nacional (uno de ellos dejó de pertenecer a la cadena a mediados del año 2016). Los hostels y apart hoteles también surgieron en los últimos años. Por otro lado, dos empresas de capitales provinciales con experiencia en el rubro hotelero, han adquirido establecimientos de antigua data (Hotel Continental y Grand Crucero Posadas Express), refaccionándolos acorde a los estándares de la hotelería moderna.

La Ciudad de Encarnación (República del Paraguay)

La ciudad de Encarnación conocida también como "La Perla del Sur" fue fundada por el padre jesuita Roque González de Santa Cruz el 25 de marzo de 1615, actualmente es la capital del Departamento de Itapúa, a 365 kilómetros de Asunción (Capital del País). Cuenta con aproximadamente 127.525 habitantes.

Las vías de acceso a la ciudad desde otros puntos del Paraguay son la Ruta N° 1 Francisco Solano López, que une Encarnación con Asunción (370 km.); Ruta N° 6 Juan León Mallorquín, que une Encarnación con Ciudad del este (280 km.); y desde la Argentina a través del Puente Internacional San Roque de Santa Cruz (ferro-automotor), une Encarnación con Posadas (5 km.).

Teniendo en cuenta su oferta de atractivos los mismos se distribuyen entre culturales, representados en museos que exponen y relatan temáticas referidas al período jesuítico guaraní, la Guerra de la Triple Alianza, entre otros. También componen esta oferta, los monumentos y edificios.

La avenida Costanera es uno de los hitos más importante. Cuenta con 27 km y ha sido inaugurada en diferentes tramos, el último en el año 2010.- En conjunto con la costanera las playas aptas para el baño se han convertido en uno de los atractivos turísticos de sol y playa más importantes de Itapúa.

El circuito comercial, fue construido por la Entidad Binacional Yacyretá (EBY). Este circuito se localiza a metros de la cabecera del puente internacional Roque González de Santa Cruz (une la ciudad de Encarnación (Paraguay) y la ciudad de Posadas (Argentina). Este nuevo circuito comercial comenzó a funcionar en el año 2010 y recibe gran cantidad de visitantes todos los días.

Respecto al equipamiento es de destacar el marcado y constante crecimiento que ha tenido la ciudad de Encarnación en cuanto a sus plazas hoteleras. Actualmente cuenta en total con 54 establecimientos de alojamiento en diferentes categorías.

En Paraguay rige la Ley del Turismo N° 2828/05 y su decreto reglamentario 8111/06. En cuanto a los prestadores del servicio de alojamiento, se establecen dos categorías (H- HX) con las siguientes clases:

- Categoría H: Establecimientos de alojamiento hoteleros: H.1- Hotel, H.2- Apart Hotel, H.3- Resort, H.4- Posadas/ Bed and Breakfast, - Categoría HX: Establecimientos de alojamiento extrahotelero: >HX.1 – Campings y afines, HX.2- Albergues/ hostales, HX.3- Casas de retiro y afines, HX.4- Turismo rural/ Turismo de granja, HX.5- Establecimiento familiar- Home stay. Los mismos se clasifican de la siguiente manera: - 2 (dos) Resort, 3 (tres) Hotel Boutique, 6 (seis) Apart Hoteles, 28 (veintiocho) Hoteles, 11 (once) Hostel, 4 (cuatro) Hospedajes.

Según datos proporcionados por la Secretaria de Turismo de Encarnación, Sra. Dolly Valdez, en el marco del 2° Congreso Binacional de Marketing (Posadas- Encarnación, 20 y 21 de abril de 2017) el rubro alojamiento ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años: Entre los años 2014 y 2015 se vio un incremento del 7%, en tanto que en 2016 el aumento fue del 4%. En cuanto a las clases, para este periodo (2014-2016) el crecimiento se dio de la siguiente manera: o Hoteles 1%. o Apart Hoteles 2014-2015: 1%, en tanto que en 2016 se mantuvo.

“La vecina ciudad de Encarnación en menos de 10 años se ha convertido en el polo turístico más importante del Paraguay. Las obras complementarias de la represa de Yacyretá, permitió el desarrollo de atractivos que incluyen el paseo costero y la playa, lo cual sumado a una gran apuesta hotelera atrae a miles de turistas cada año. Si bien el turismo interno es el más importante, cada año crece el número de turistas que arriban a la ciudad de los países vecinos de Argentina, Brasil y hasta de Uruguay. “El dato más importante que muestra este crecimiento es la expansión hotelera. A principios del 2008 solo había 18 hoteles en la ciudad, actualmente hay 54 hoteles trabajando y varios más en construcción” (<http://www.economis.com.ar/encarnacion-una-ciudad-que-se-transforma-con-el-turismo/> 27/04/17, 11:50)

En relación a la ubicación, la mayor parte de los establecimientos están localizados en el centro de la ciudad y barrios cercanos, especialmente en zona de la costanera y áreas lindantes o de fácil acceso a la Avda. Irrazabal. Esta avenida es la que conecta con el Puente Internacional San Roque González de Santa Cruz, una de las principales vías de acceso a la ciudad.

A grandes rasgos es posible establecer una comparación que nos permita distinguir el crecimiento que han venido desarrollando ambas ciudades en los últimos años.-

Los hoteles de la ciudad de Posadas, datan de establecimientos de más de 30 años. Se han incrementado con la llegada de 2 hoteles 4* y apart hoteles. Sin embargo en Encarnación, como mencionábamos anteriormente, la mayor cantidad de establecimientos se registran en la última década. Han incrementado de 18 establecimientos en el año 2008 a 54 en la actualidad.

En ambas ciudades la mayor cantidad de los alojamientos están ubicados en el centro o microcentro de la ciudad y de fácil acceso a puntos estratégicos de las mismas. En Encarnación es de notar la ubicación de mucho de ellos también en la zona costera.

Tomando como referencia la cantidad de establecimiento, las habitaciones y las plazas, existe una paridad en cuanto a la cantidad de habitaciones, mientras que teniendo en cuenta a la cantidad de alojamientos, Encarnación supera ampliamente a Posadas.

La demanda de la ciudad de Posadas aún no está bien definida, pero generalmente se trata de grupos familiares, donde el pernocte ronda las 3 noches. Con la creación del Buró de congresos, se espera apuntar a un perfil de negocios. En Encarnación la demanda son familias como así también parejas jóvenes atraídos principalmente por la gastronomía y los acontecimientos programados. También es muy importante la gente que llega motivada por las compras. El promedio del pernocte es de 4 noches (2-3 días turismo de compras; 4-5 días negocios y reuniones).

Tomando como referencia las inversiones turísticas en los últimos años, ambas ciudades han demostrado interés en seguir trabajando en un mejoramiento de las mismas, entendiendo que se trata de un trabajo conjunto entre el estado y los inversionistas privados. Ambas ciudades trabajan bajo los lineamientos de planes estratégicos (Plan Estratégico Posadas PEP 2022. y Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Encarnación. 2013-2018.)

Las inversiones turísticas en Encarnación se dieron específicamente en el sector hotelero y gastronómico, lo que generó también nuevas inversiones en otros ámbitos (por ejemplo: la construcción), produciendo nuevas y numerosas fuentes de trabajo.

En Posadas las inversiones privadas se traducen en acciones que llevan a cabo los empresarios para mejorar la calidad en el servicio que ofrece. El Estado también coopera, generando inversiones que permiten reactivar el sector turístico misionero, principalmente de pequeñas y medianas empresas (PYMES) turísticas.

Comparación entre los alojamientos de Posadas y Encarnación

Tabla N° 1: Comparación del alojamiento en Posadas y Encarnación

Aspecto	Posadas	Encarnación
Clases/categorías según legislación vigente	<p>Alojamiento hotelero: Hotel 1 a 5 * Motel 1 a 3 * Hostería 1 a 3* Residencial A, B, C; Bungalows y Apart Hotel.</p> <p>Alojamiento extrahotelero: CAT-DAT Campings</p> <p>Nuevas modalidades: Hostel Hotel Boutique Bed & breakfast, Establecimientos rurales.</p>	<p>Alojamiento hotelero: Hotel Apart Hotel Resort Posadas/ Bed and Breakfast</p> <p>Alojamiento extrahotelero: Campings y afines Albergues/ hostales Casas de retiro y afines Turismo rural/ Turismo de granja Establecimiento familiar- Home stay</p> <p><i>Los establecimientos no están categorizados</i></p>
Evolución	<p>Los principales hoteles de la ciudad datan de más de 30 años.</p> <p>En la última década, la oferta hotelera se vio incrementada con la llegada de dos hoteles 4 cuatro estrellas y el surgimiento de apart hoteles y hostels. Dos empresas de capitales provinciales con experiencia en el rubro hotelero, han adquirido establecimientos de antigua data (Hotel Continental y Grand Crucero Posadas Express), refaccionándolos acorde a los estándares de la hotelería moderna</p>	<p>La mayor cantidad de establecimientos se registran en la última década, de 18 emprendimientos en el año 2008 en la actualidad suman 54, registrándose en este periodo un incremento del 33%</p> <p>2014 y 2015: incremento del 7%</p> <p>2016: aumento del 4%.</p>
Ubicación	<p>Los alojamientos de la ciudad se localizan principalmente en el microcentro y en distintos puntos estratégicos de la ciudad.</p>	<p>En su mayoría los hoteles están ubicados en el centro de la ciudad y barrios cercanos, especialmente en zona de la costanera y áreas cercanas o de fácil acceso a la Avda. Irazábal que conecta con el Puente Internacional San Roque González de Santa Cruz</p>
Cantidad de habitaciones/plazas	<p>35 establecimientos 1420 habitaciones 3283 plazas</p>	<p>54 establecimientos 1466 habitaciones 3477 plazas</p>
	Comparando ambas localidades, se denota que hay paridad en cuanto a cantidad de habitaciones y plazas, con una mínima superioridad de Encarnación.	

	Por otro lado, existe una marcada diferencia en cuanto a la cantidad de establecimientos (Encarnación posee 19 emprendimientos más que Posadas). Esto se debe a que Posadas posee establecimientos de grandes dimensiones, en tanto en Encarnación los alojamientos son de menor cantidad de habitaciones.	
Demanda	La demanda de Posadas está conformada generalmente por grupos familiares, pero aún no tiene un perfil definido. Se está buscando definirlo, y que comprenda diversas tipologías como ser turismo de reuniones, náutico, sol y playa. En cuanto al promedio de estadía, en los últimos tiempos se duplicó, siendo actualmente de tres noches.	La demanda de Encarnación se compone de familias atraídas por la gastronomía, los atractivos de la zona incluida la ciudad de Posadas; también parejas jóvenes provenientes del interior del país, de Posadas y de otros puntos de la provincia de Misiones. La estadía promedio es de 4 noches. Quienes llegan motivados por las compras pernoctan entre 2 y 3 días, mientras que el turismo de negocios demanda de 2 a 5 días.
Accesibilidad	Año 2015 se implementa el programa “Directrices de Accesibilidad en hotelería y gastronomía”. Muchos establecimientos han incorporado medidas para convertirlos en accesibles, pero solamente dos lograron la distinción: Maitei Hotel Resort & Spa y Ha Posadas Urbano	Hay una disposición, pero no es muy clara. Los establecimientos de mayor categoría (que en Paraguay no está regulado) si cumplen, aunque no en todos los aspectos.
Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO)	Se implementó en tres oportunidades: 2009, 2013 y 2016 Distinguieron 11 (once) establecimientos hoteleros, que representan el 3,14% del total (35).	Se implementó en el año 2016. Distinguieron 5 (cinco) establecimientos hoteleros que representan el 2,7% del total (54)

Fuente: Elaboración propia en base a datos del informe de investigación Código 415. .

Se observan semejanzas y diferencias entre los alojamientos en ambas ciudades. Las diferencias están especialmente relacionadas con la legislación, ubicación e implementación de normas de calidad y Programa SIGO.

El Programa SIGO y sus distinciones en las ciudades de Posadas y Encarnación

En la ciudad de Posadas se han dado tres oleadas de distinciones (años en el 2009, 2013 y 2016) y han logrado distinguir con el Programa SIGO las siguientes empresas:

Tabla N°2: Distinciones SIGO entregadas en Posadas en el año 2009

Empresa	Rubro
Abra Tours	Agencia de viajes
Carlota Stockar	Agencia de viajes
Yaguareté Tours	Agencia de viajes
Verdagua EVT	Agencia de viajes
Turismo Operativo misiones TOM	Agencia de viajes
Guayra Turismo	Agencia de viajes
Turismo verde	Agencia de viajes
Total	7

Fuente: Ministerio de turismo de Misiones, 2015.

Se observa que las 7 empresas distinguidas en 2009, el 100% de las empresas de turismo son agencias de viajes.

Tabla N°3: Distinciones SIGO entregadas en Posadas en el año 2013

Empresa	Rubro
El jesuita EVT	Agencia de viajes
Turismo Paradise	Agencia de viajes
Ha Maitei Posadas Hotel y Resort	Alojamiento
Ha Posadas Urbano	Alojamiento
Hostel posadeña Linda	Alojamiento
Hotel Continental	Alojamiento
Apart hotel Urunday	Alojamiento
Total	7

Fuente: Ministerio de turismo de Misiones, 2015.

En esta segunda cohorte de entrega de distinciones, (considerada por muchos entrevistados la mejor, más seria y organizada) fueron distinguidos 2 agencias y 4 alojamientos.

Tabla N°4: Distinciones SIGO entregadas en Posadas en el año 2016

Empresa	Rubro
Hotel Posadas	alojamiento
Hotel Grand Crucero Express	alojamiento
La Misión Posadas Hotel y Spa	alojamiento
Tarambana	alojamiento
Hostel Gualambao	alojamiento
Tras los pasos	gastronomía
Al Arak	gastronomía
Astillero Restaurante	gastronomía
Bar Peppers	gastronomía
Pizza Madero	gastronomía
Código Cerveza	gastronomía
Marandú resto bar	gastronomía
Yacaré Tours	Agencia de viajes
La Misión Catamarán	Transporte y gastronomía
Total	14

Fuente: Ministerio de turismo de Misiones, 2016.

En la tercera cohorte de entrega de distinciones se duplicó la cantidad de establecimientos en Posadas, obteniendo la distinción 5 alojamientos, 7 locales gastronómicos, 1 agencia y una empresa vinculada con el transporte fluvial.

En Encarnación, hubo una sola cohorte de entrega de distinciones SIGO en diciembre del año 2016. Las empresas distinguidas fueron:

Tabla N°5: Empresas distinguidas en Encarnación por el Programa SIGO en 2016

Empresa	Rubro
Fans Club	Otro rubro
Savoy Hotel	Alojamiento
AWA	Alojamiento
El Vagon	Otro rubro
Bella Vista	Alojamiento
Mirapar	Alojamiento/gastronomia
Lo de Jose Pizza	Gastronomía
Yerbatera Pajarito	Otro rubro
Hotel de La Trinidad	Alojamiento
Yerbatera Selecta	Otro rubro
Posadas Pioch	Alojamiento
El Heladero	Gastronomía
Posada Cielo	Alojamiento
Posadas Stella Maris	Alojamiento
Total	14

Fuente: Secretaría de turismo de Encarnación, 2017

Se observa que de los 14 establecimientos que obtuvieron la distinción, la mayor parte corresponde a alojamientos, seguidos por la gastronomía.

Las expectativas acerca del Programas SIGO por parte de los gerentes/ propietarios de empresas turísticas

Para este punto se han realizado entrevistas a empresas turísticas distinguidas de la ciudad de Posadas.

Entrevistado Hotel Há Urbano Posadas: *“Las expectativas siempre son buenas porque uno tiene ganas de saber más, avanzar, mejorar y obtener nuevas herramientas. La opinión actual es buena, SIGO superó las expectativas”.*

Entrevistado El Jesuita Viajes EVT: *“Las Certificaciones dan un status de calidad determinado sobre las empresas, y obtenerlas aumenta el nivel de confianza generado en el cliente. Y eso provoca que influya positivamente.”*

Entrevistado Marandú – Restaurante El Astillero: *“La expectativa era la de aprender nuevos conocimientos, aunque sin saber específicamente cuales”*

Entrevistado AGT ABRA Tour: *“En cuanto a lo personal por tener estudios en cuanto al tema, tenía una expectativa importante porque sabía que iba a ayudar muchísimo, en cuanto a la realidad de que es lo que ayudo, el que lo tomo verdaderamente con responsabilidad le funciona y le va a funcionar siempre, revaliden o no, porque te hace tomar conciencia de que simplemente organizándote con un par de cositas podés ser mucho más eficientes desde el tiempo y en los servicios que vayas a prestar. Yo creo que es importante fue y será siendo importantes inclusive para los que lo aprendieron y hasta aquel que no lo revalida si es que lo incorpora”.*

Entrevistado Hotel La Misión Posadas Hotel Spa: *“Fue muy útil, muy integral, muy dinámico, y sobre todo muy participativo, por el contrario del otro (Directrices Gestión Ambiental) que hicimos el año ante pasado fue una participación uni - personal mía con respecto al producto que ofrecíamos, como estábamos con respecto al medio ambiente, la racionalización del agua, muchos aspectos positivos tenía el hotel como la conservación de la flora local, que se conservaron los árboles al hacerse la construcción en fin, tenemos la comida regional. Pero teníamos una participación uni - personal mía como gerente en relación al análisis del producto en sí. El SIGO fue un programa que invitó a la participación de todo el plantel del personal, o sea, si bien participamos dos personas nosotros éramos el canal a través del cual el personal de enteraba y participaba. La verdad que fue muy bueno, muy exigente con mucha inversión horaria, pero tuvo resultados para la organización muy buenos. La verdad quisiera que se repita”.*

Entrevistado Hotel Continental: *“Nosotros pensamos tenemos SIGO no sé, nuestra calidad nuestro servicio será el excelente el mejor, nos costó bastante porque no es solamente implementar y conocer los requisitos sino la gente los recursos humanos que están con nosotros es el que tiene que conocer y llevar a la práctica. La verdad Sigo es un logro a nivel personal para nosotros haber participado y haber certificado también, es una tarea constante, no es solamente la certificación, es todos los días trabajar porque el hábito hace al buen servicio digamos. Los aspectos positivos de hecho fue sumamente el resultado, no lo digo negativo, pero a nosotros nos costó bastante la capacitación al personal, nosotros tenemos un personal de años trabajando de la empresa y por ahí la apertura que tienen no es lo mismo que la gente que más joven.*

Los aspectos útiles para la empresa, nosotros por ejemplo a la habitación a la hora de reutilizar el uso de las toallas, el ahorro de agua, la gente ve el cartelito y hay mucha gente la conocen, hay gente que viene y ya practica como habito y después tenés el que no, y bueno, o lo

mencionas y está en el criterio de pasajero por ejemplo en la reutilización de la toalla que es muy común o en el ahorro del agua”.

Entrevistado Carlota Stockar EVT: *Sostiene que las expectativas iniciales fueron buenas, por ello decidieron iniciar las actividades tendientes a lograr la distinción. Finalmente, toda esa expectativa inicial quedó truncada.*

Entrevistado Tarambana Hostel: *“Nosotros no conocíamos mucho sobre el proyecto. En realidad apuntamos a hacerlo porque nos llamaron del Ministerio de Turismo de acá, en realidad nos mandaron un mail comentando esto, y ahí uno empieza a leer. Entonces ve que sí, que tiene una magnitud importante en Argentina, que viene gente muy preparada de Buenos Aires a dictarlo, que si no fuera porque el Ministerio lo pagó, sería una capacitación cara, dijimos sí! Aparte uno siempre quiere capacitarse, nosotras que estudiamos turismo y somos jóvenes, no tenemos otra responsabilidad más que familia y todo eso, tiempo tenemos, dijimos aprovechemos sí. Entonces en ese sentido teníamos buenas expectativas y en cierta manera si se cumplieron porque el curso está bien organizado...”*

Entrevistado Grand Crucero Posadas Express: *“Yo vengo del Iguazú Grand que es otra estructura, todo grande. Inicialmente cuando llegó la propuesta de certificar había un cierto clima de recelo porque muchos pensaban que SIGO era una prueba, que ponía en tela de juicio la labor de cada uno, pero no era así. En general no se entendía la idea de la certificación. Lo que yo vi cuando llegue acá es que si los chicos estaban capacitados”.*

Entrevistado Turismo Verde EVT: *“Expectativas todas! (...) Lo positivo fue aprender a valorar, es decir esto sirve y esto no sirve.(...)”*

Entrevistado Yacaré Tours EVT: *“Expectativas era lograr tener la certificación como calidad SIGO.(...)”*

Entrevistado Verdagua EVT: *“La expectativa era que tipo de herramientas o pautas, Nos brindarían y si íbamos a poder aplicarlas (...)”*

Entrevistado Guayra Turismo Alternativo EVT: *“Ser respaldados por publicidad oficial”*

Entrevistado AGT Paradise: *“nosotros hicimos SIGO pues nos interesó muchísimo, el mayor provecho es la organización de la empresa, aunque sea chiquita como la ves y tener estadísticas de la calidad o satisfacción de los clientes que antes no lo hacíamos, y nos sirvió mucho como empresa. Siempre fuimos muy organizados trabajando, pero lo que cambió fue una encuesta de calidad de servicios para tener datos de satisfacción, sabíamos que hacíamos bien las cosas, pero no teníamos como trasladarlo a un papel, pero somos seres humanos y con esto minimizamos aún más el margen de error”.*

Entrevistado Apart Hotel Urunday: *“Fue una oportunidad única. Es interesante el programa porque... somos una empresa nueva en un ámbito nuevo también, porque vas actuando, cubriendo expectativas de clientes acorde a lo que tenés en la cabeza y sacas directivas y no tenés tiempo para plasmar en plasmar en papel como organigrama, división de funciones, estadísticas, y un programa como este – SIGO- nos obliga a hacerlo, a escribir en papel, a ser más organizado. Le da más seguridad a la persona que está trabajando. La persona que utiliza el servicio se da cuenta que las cosas se están haciendo bien”.*

Entrevistado Hostel Gualambao: *“partamos de la base de que antes de que yo implemente el SIGO en el establecimiento Gualambao, yo ya había trabajado como implementadora del SIGO en otros establecimientos, es decir que esta vez me tocaba el otro rol, yo tenía que realizar lo que anteriormente yo pedía. Y sabía que el sistema te pedía y eso es muy práctico que es la base documental del establecimiento que te sirve de manera informativa y documental (como registro) porque debes dejar registro de todas las actividades que realizas para que cualquier persona del establecimiento pueda realizar la misma actividad sin que sea tarea de una sola*

persona. Se hace la distinción entre registro y documento, porque los registros – por ejemplo el registro de cheque in - son aquellos que no pueden sufrir modificación y los documentos - como el procedimiento de armado del desayuno- si pueden sufrir modificación o variación”.

Entrevistado Código Cerveza: *“particularmente me imaginaba que era parecido a lo que hacíamos, esperaba un poco más de especificación, son muy básicos los contenidos, igualmente siempre algún punto suma, especialmente en negocios basados desde lo intuitivo. Nosotros ya teníamos organizados e implementados un montón de procesos, manual de procedimientos internos, manual de productos, lo que sirvió es que para el equipo que está conmigo tenga una mirada de los que sería un programa de certificación, una primera visión de los que sería una certificación, dentro de mi pequeña empresa sirvió... las charlas tranquilamente las hubieran podido hacer las personas de acá. Mi empresa tenía un punto más, pero era necesario para nivelar”.*

Entrevistado Pizza Madero: *“Tenía muchas expectativas, me parece un buen programa, pero como todo tiene cosas para arreglar, como positivo tomo el programa como negativo la metodología no me pareció la adecuada, ya que los capacitadores no supieron conectarse con la empresa por lo menos en mi caso”*

Se puede observar que la conformación de las expectativas tiene relación con la información inicial que se dispone antes de realizar la capacitación. Cuando esta información no existe o es ambigua, confusa las expectativas corren el riesgo de no guardar relación con la realidad del programa. Al respecto es reveladora la respuesta del Entrevistado Marandú: *“La expectativa era la de aprender nuevos conocimientos, aunque sin saber específicamente cuales”.*

En general, las expectativas fueron positivas, sin embargo, cada uno de los entrevistados asignó significados diferentes a los alcances del programa en parte podemos conjeturar que esto pudo deberse al modo en que se realizó la convocatoria. Al respecto la respuesta del entrevistado de Tarambana hostel es significativa; *“Nosotros no conocíamos mucho sobre el proyecto. En realidad, apuntamos a hacerlo porque nos llamaron del Ministerio de Turismo de acá, en realidad nos mandaron un mail comentando esto, y ahí uno empieza a leer. Entonces ve que si, que tiene una magnitud importante en Argentina”*

Las expectativas se agruparon en torno a la capacitación, esto es la incorporación de conocimiento acerca del negocio, la posibilidad de acceder a una certificación-distinción que mejore la performance de la empresa. Es oportuno señalar que los entrevistados que representan hoteles, sus expectativas parecen estar más ajustadas a los objetivos del Programa SIGO.

La inserción real que tuvo el Programa SIGO en las empresas turísticas de Posadas y a su adaptación en Encarnación, por parte de los gerentes/ propietarios de empresas turísticas

Entrevistado Hotel Há Urbano Posadas: *“considero que en Posadas los Servicios han mejorado, pero aún falta mucho por mejorar. En Encarnación son más “amables”, se puede percibir un cambio en los últimos años han mejorado mucho en cuanto a la atención al cliente.”*

Entrevistado El Jesuita Viajes EVT: *“en mi empresa el programa SIGO tuvo un 100% de aplicación, no tengo información sobre la situación de este programa en Encarnación”.*

Entrevistado Marandú SRL- El Astillero restaurante: *“el programa SIGO es básico, conciso, precios y practico. De mucha sutilidad y de fácil aplicación y entendimiento. No tengo información acerca de la implementación en Encarnación, pero lo que puedo observar entiendo que los servicios han mejorado sustancialmente.”*

Entrevistado Carlota Stockar EVT: *“La realidad es que SIGO no sirvió para nada. Fue una pérdida de tiempo. Participamos del taller inicial que se dio, que fue lo único que hubo.*

Hicimos todo, solos, porque nadie acompañó el proceso. Después entregaron las certificaciones... ni sé dónde está el cartelito, ni lo tengo más. Sin dudas fue una pérdida de tiempo. Nunca hubo auditorias, nunca más alguien se acordó.”

Entrevistado Tarambana Hostel: *“nosotros veíamos que un montón de otros emprendimientos que estaban en el mismo momento cursando con nosotras, no hacían las cosas: no completaban los formularios, no iban, no asistían y después terminaban distinguiendo igual. Entonces en el último momento cuando fuimos a retirar el certificado había gente que nunca había ido. Nosotras jamás tuvimos inasistencia, si podíamos ir las dos íbamos, si no iba una o la otra, y había gente que ni siquiera estaba en la lista de asistencia. En ese sentido a lo último no nos pareció serio, y también que tardaron mucho en darnos la devolución si habíamos distinguido o no. Sacando eso el resto la verdad que bien, a nosotras nos sirvió. En Encarnación desconoce cómo fue el proceso.”*

Entrevistado Grand Crucero Posadas Express: *sabe que varios hoteles de Posadas han adquirido la distinción en distintos años, al igual que en Encarnación. Pero no tiene un conocimiento cierto de cómo están trabajando actualmente, si fue o no productivo para el resto de los hoteles. En el caso del Hotel que gerencia “No sé si ha sido determinantes en traernos clientes, negocios, pero se ha visto reflejado en el desempeño del recurso humano del hotel, los chicos incorporaron esos conceptos.”*

Entrevistado Guayra Turismo Alternativo EVT: *“Se produjo un aumento en la oferta de servicios en general. La prestación de servicios en el polo turístico Posadas – Encarnación sigue siendo CAOTICA debido a las normativas de la Aduana y Migraciones.”*

Entrevistado AGT Paradise: *“SIGO no nos cambió la mentalidad, si nos ayudó a organizarnos internamente. Con los clientes tenemos encuestas, tenemos una carpeta con todas las encuestas hechas... SIGO fue muy enriquecedor, muchas cosas que se habló lo conocemos, pues lo vivimos día a día, hay cosas que se refrescan por el día a día que lleva a dejar de lado algunas cosas.... nuestra empresa ya tenía una forma de trabajo y esto nos ayudó a organizarnos solamente, pero nos ayudó muchísimo, nos pareció fantástico, si en algún momento vienen con otro programa, como empresa nos sirven todos éstos especialmente lo interno, al público no le cambia.... Encarnación es Encarnayork, es impresionante!!.... yo no soy fanático, pero tengo a mi mamá que es paraguaya... solo el problema es el puente... turísticamente a nosotros solo nos compran Jesús y Trinidad. En turismo nos contrataron muchos tours de compras, últimamente no por la facilidad que tiene el tren... pero teníamos mucha competencia desleal con taxistas.... trabajamos con agencias de Encarnación, aunque muchas veces no se concretan por nuestros precios”.*

Entrevistado Apart Hotel Urunday: *“Estuvo muy bien encarado, con debates muy jugosos, muy objetivo con las charlas y con varias visitas a los establecimientos... Encarnación creció muchísimo y se nos hace muy difícil competir. Pero pernoctares más seguro en Posadas, pero necesitamos crecer más en turismo en Posadas. Poder certificar sería muy bueno para Encarnación si hacemos calidad en el Destino del viaje, nos fortalecería como destino.”*

Entrevista Hostel Gualambao: *“El SIGO es muy útil para empresas que recién están comenzando que todavía no saben cómo manejarse y por lo pronto por qué lado correr. Toda documentación debe pasar por gerencia y debe contar con su aval para tener validez. ... Lo que tiene de importante el SIGO para cualquier establecimiento es que vuelca de la parte de la gerencia - la cabeza- que se vuelca a un papel- y eso es muy importante. Acá lo que tenemos todavía es un proceso lineal, jerárquico, verticalista donde el gerente maneja todo y le pasa a la línea más baja un 20 por ciento y con una intensión de un 80 por ciento de acciones. Pero las decisiones tampoco son claras, pues como él maneja todo, supone que los demás también lo manejan y entienden. El SIGO también va acompañado con un montón de charlas de capacitación al personal. También se hace una encuesta al personal para ver sus ambiciones,*

falencias, necesidades y encuestas al cliente para ver la visión del cliente sobre el establecimiento, porque a veces pasa que la gerencia cree tener una visión y que para el cliente es totalmente distinta, entonces es también trabajar con los hechos reales y datos. En mi caso, implementé SIGO como la empresa era unipersonal, yo no podía irme, no tenía derecho a irme, a tener vida fuera del hostel y hasta terminé internada una semana y el hostel se me fue a las nubes y aunque tenía personal con la camiseta puesta, yo acompañaba al personal y hacía las mismas tareas, solo que las decisiones pasaban por mí y no me podía tomar ni vacaciones... yo solo acompañé y los empleados hacían el SIGO y la documentación, yo les daba libertad y era muy compañera con mi personal, sólo quería que me respondan, el SIGO les dio las herramientas para ellos... yo ya lo conocía y lo usaba. El SIGO abre la cabeza a la gente, les da libertad, es una herramienta que te permite tener información.”

Entrevista Código Cerveza: *“desde la implementación ya teníamos implementado casi el noventa por ciento, pero todo suma!!. Quizás uno que otro formulario que no teníamos en la empresa y que nos sirvió como modelo y lo incorporamos en el manual de franquicias de la empresa”.*

Se puede decir, que el aspecto más interesante acerca de la percepción de la inserción real del SIGO es que el programa no logró en todos los casos el cometido de sistematizar, de hacer parte de la estrategia de la organización las pautas que promueve y trasladar esas pautas a la operación. Simplemente se la asumió como una capacitación en los términos de adquisición de algún conocimiento.

La opinión del entrevistado Stockar EVT es muy gráfica: *“La realidad es que SIGO no sirvió para nada. Fue una pérdida de tiempo. Participamos del taller inicial que se dio, que fue lo único que hubo. Hicimos todo, solos, porque nadie acompañó el proceso. Después entregaron las certificaciones... ni sé dónde está el cartelito, ni lo tengo más. Sin dudas fue una pérdida de tiempo. Nunca hubo auditorías, nunca más alguien se acordó.”*

Volvemos a las expectativas iniciales para entender las respuestas a esta pregunta, el Programa SIGO implica la adopción del programa de manera sistemática en la organización por parte de quienes la conducen, no es una simple capacitación dirigida al “personal” sino un sistema de gestión a incorporar.

Los motivos de no adhesión y/o abandono del Programa SIGO por parte de las empresas, según los gerentes/ propietarios de empresas turísticas.

Entrevistado Hotel Há Urbano Posadas: *“continuamos adelante con el programa.”*

Entrevistado El Jesuita Viajes EVT: *“creo que las empresas que no adhirieron lo hicieron por desconocimiento y falta de información.”*

Entrevistado Marandú- El Astillero restaurante: *“entiendo que por desinterés y desconocimiento”*

Entrevistado AGT ABRA Tour: *“Es una visión muy personal, algunos como te decía, si el público en general no demanda, y la visión del empresario es un poco corta creo, y otra cosa hoy día si vos te pones a mirar de las 40 y una poco más de AGT que hay, nosotros en el principio si había cuatro nosotros éramos una de las cuatro y ahora que hay 40 tenés que ver que preferencias hay y mi competencia qué hace y que vende. Por ejemplo, nadie o muy pocos se dedican al receptivo hoy, si vos no haces receptivo no recibís gente de afuera, entonces vos no tomas otra cultura, no sabes que piden, no sabes qué tipo de certificaciones o de distinción de calidad podés necesitar. Por ejemplo, hoy que la mayoría hace emisivo (nosotros también lo hacemos) hay un programa que tiene certificado la ISO 9001 y la ISO 14001 (Sistema de*

Gestión Ambiental) porque trabaja destinos exóticos, que pasa, entre esta empresa y otra, hoy alguien que te compra, te aseguro que el 95% elige el que le cobras más barato. Yo le voy a vender al operador mayorista, un operador mayorista tienen todas las certificaciones hasta la Ambiental, y la otra ninguna va a comprar más barato, yo creo que hoy todavía en nuestro país la gran mayoría, no todos, no le están dando mucha importancia no solamente en nuestra provincia, olvidate estamos lejos del ruido de las capitales y el que no sale, por ejemplo no van a la FIT que debería ser súper normal, y si van esperan es su stand que vengan y no salen, tiene que ver mucho con la mentalidad del empresario y no con la distinción de calidad en sí. Y abandonan quizás porque al principio no es fácil, es ir con una cultura que tenían instalada, pero si no tenés visión y no podes estar arriba, es así”.

Entrevistado Hotel La Misión. Posadas Hotel Spa: *“Porque fue un programa de mucha exigencia y de mucha producción, carga horaria para la asistencia teórica y mucha carga horaria de trabajo interno dentro de los hoteles con la participación del personal, y eso no es fácil gestarlo porque son horarios extraordinarios, las personas que participamos éramos los que teníamos además diseñar el taller interno para poder bajarlo al personal, un hotel es muy heterogéneo en la composición del personal, entonces tuvimos que decodificar y traducirlo en un programa que sea recibido y que sea reconocido e incorporado por toda la gente”.*

Entrevistado Hotel Continental: *“Que no hayan participado no sabría decirle, los que han abandonado quizás porque, le digo, esto es una tarea ardua, hay que estar comprometido el día a día, te puede llevar a que no consigas el trabajo, quizás el recurso humano no te ayude, uno solo no lo puede hacer, vos como cabeza del hotel solo no lo podes hacer, es todo el equipo nosotros, si el equipo no se suma puede llevar a abandonar, nosotros particularmente no pudimos participar de, el Ministerio de Turismo saco directrices de accesibilidad y nosotros por una cuestión de obra no daban nuestros ascensores la medida de sillas de rueda estándar que usa y no participamos, sin embargo pusimos todo y bueno no llegamos, nosotros teníamos los ascensores parados ya instalándose y la verdad que es una lástima. De hecho, tenemos una habitación handicap, por los ascensores si pasa una silla de ruedas, bueno no tenemos los estándares por ahí teníamos que tener para certificar”.*

Entrevistado Turismo Verde EVT: *“En ese momento, muchas abandonaron el programa SIGO, en la primer charla, dijeron a que a esta altura de la vida no le van a enseñar como tiene que manejar su hotel o empresa. Que toda su vida lo hicieron así, y les fue bien. Y no tienen nada nuevo que incorporar. Ellos tenían la respuesta a todo. (...)”*

Entrevistado Yacaré Tours: *“Te lleva mucho tiempo completar todos los formularios y en una empresa cuesta reunir a todos los empleados. A Nosotros nos costó, pero logramos terminar con la capacitación. (...) Sabemos que hay otros programas de calidad, que ofrece el Ministerio de Turismo. Y queremos seguir participando de estas capacitaciones.(...)”*

Entrevistado Verdagua EVT: *“El SIGO (...) la realidad es que fue muy intenso, muchas horas,(...)”.*

Entrevistado Carlota Stockar EVT: *sostiene que si hay gente que abandonó seguramente tiene que ver por los mismos motivos que ella lo hizo.*

Entrevistado “Tarambana Hostel: *“Yo creo dos cosas, una es que hay muchas personas, emprendedores hoteleros acá en la ciudad que capaz que ni les interesa. La gente que ya le va bien o que más o menos tiene un servicio que le da rédito, no sé si tienen ganas de mejorar y eso yo veo en general, no solo en el ámbito turístico hotelero, gastronómico, en todos; como que se conforman, no se dan cuenta de que es necesario implementar lo nuevo. Todo lo nuevo y lo que vaya a hacer que tu negocio vaya mejor, porque no? Mas si no tenés que hacer ningún sacrificio económico. Esa es una de las cosas que yo veo, te das cuenta también eso yendo al curso, donde había gente más bien joven, hoteles nuevos que ni siquiera iban los dueños, sino*

los gerentes. Después los otros nadie... yo no se si en la etapa anterior habrán hecho. Y después lo que te decía, vos haces el SIGO, aprendes un poco y después si hay algún programa de capacitación similar ya no lo vas a hacer, porque lo que pudiste aprender de herramientas ya las usaste y después no ves ni un seguimiento ni un impacto posterior en cuanto a la gente que es lo que a uno más le interesa. Uno quiere capacitarse para uno estar mejor y ser más profesional y brindar un mejor servicio, pero también recibir algún beneficio aparte y a cambio. Por eso puede ser que no tengan más adhesiones del empresariado”.

Entrevistado Guayra Turismo Alternativo EVT: *“Desconozco”*

Entrevistado AGT Paradise: *“Cuando viene a través del Ministerio de turismo de la Nación y la provincia pagó mucho dinero para mejorar la calidad y flujo de turistas...cuando nos ofrecieron ni lo dudamos porque era gratis y porque entendía porque a nosotros en algún momento nos iba servir, a la agencia le suma. Nos da conocimientos. Sobre las empresas que no terminaron el curso, no sabría decirte porqué, el curso nos pareció bárbaro. Si hubo días en que el curso era pesado, duraba todo un día o dos días a veces y hubo que trabajar también y era entre semana y depende de quien dictaba el curso, había días muy dinámicos y había otros que a la media hora te hacía bostezar... pero había que quedar hasta lo último. El interlocutor debe ser alguien muy dinámico... encima estás encerrado. Debe ser alguien que te ponga las pilas., pero si sé que me va a servir, lo tengo que hacer, aunque me pongan una momia adelante, lo voy a hacer”.*

Entrevistado Apart Hotel Urunday: *“los que no se anotaron o participaron creo que fue porque no sabían de que se trataba y por ello no le daban la ponderancia que el programa tenía y aquellos que lamentablemente abandonaron, imagino fue quizás por el día a día de las actividades operativas de la empresa no pudieron dedicarse a las actividades creativas y se vieron abrumadas por las tareas. Creo que también porque fue gratuito, eso también hizo que desertaran, si hubiera sido pago no hubieron abandonado. Hubo algo de falta de información y algo confuso de si SIGO era del tema calidad o no y por esa duda algunos ni empezaron el SIGO.”*

Entrevista Hostel Gualambao: *“el desconocimiento produce rechazo y mucha gente también cree que extraños (personas extrañas) se van a meter en la empresa y como pueden tener cosas en negro...en especial en pequeñas empresas y en hostels u hoteles. También el tiempo que te lleva la gestión en el establecimiento, hacer los cambios de la implementación, asistir a las capacitaciones, tiempo porque el 20 o 30 por ciento de la gerencia no le daban artículo y el personal- aunque con la camiseta puesta- no podía hacer mucho. La gerencia debe cambiar, estar dispuesto a recibir críticas, a modificar, un problema real que debe solucionarse”.*

Entrevista Código Cerveza: *“creo que es el gran problema que tiene el sector emprendedor, la falta de involucramiento, falta de compromiso, de querer enfocarse donde en donde debe ser que es la gestión con el cliente, es la gran falencia del sector empresarial a nivel nacional y diría regional, solo enfocan en el producto y el desenfoco en el cliente. Es la gran falla que está en todo el sector empresarial y no solo en el turístico”.*

Entrevistado Pizza Madero: *“Desconozco, quizás por falta de conocimiento.”*

Nuevamente, las expectativas de los asistentes condicionaron en cierto modo su perseverancia en el programa o el abandono, se percibe otra vez que se percibió al sigo como una capacitación sin mayor compromiso ni una clara identificación del propósito ni de los resultados esperados y menos de su aplicación sistemática, se supone que la aplicación del SIGO opera sobre el producto y esto se traslada de manera inmediata al desempeño, sin embargo al operar sobre los principios organizacionales sus efectos no aportan la rapidez que los entrevistados requieren, por lo tanto la confusión parte de la convocatoria quizás que no definió de manera adecuada los logros a esperar y se lo percibió mas como una especie de

“remedio mágico”. La gerencia fue reticente en algunos casos a asumir el liderazgo de implantar los principios y por eso se resintió el efecto y tal vez el Ministerio de Turismo de la provincia pudo articular los objetivos del SIGO con la estrategia provincial, eso contribuyó a que los empresarios lo viesen como una iniciativa aislada, desconectada de una estrategia más amplia y de largo plazo.

Conclusiones

Las obras complementarias de la Entidad Binacional Yacyretá (EBY) modificaron el paisaje urbano y costero de ambas ciudades, dando origen a inversiones privadas, con nuevas tipologías de alojamientos y ofertas gastronómicas, con más preocupación por la calidad y la distinción, enfocados en una demanda más exigente y con más experiencia de viajes.

Posadas se ha convertido en un importante centro receptor de las corrientes turísticas que arriban a la Provincia. Los principales hoteles de la ciudad datan de más de 30 años, en la última década llegan dos hoteles 4 y cuatro estrellas, capitales provinciales adquieren y refaccionan dos establecimientos y surgen apart hoteles y hostels. La oferta gastronómica se ha incrementado en número y variedad en los últimos años, destacándose como polo gastronómico la avenida Costanera Jorge Kemerer.

En Encarnación, la mayor cantidad de establecimientos se registran en la última década, con un incremento del 33 entre 2008 y 2016 (18 y 54 establecimientos respectivamente). El rubro gastronómico en los últimos tres años (2014 a 2016) ha experimentado un crecimiento del 49%, con gran desarrollo del área de las distintas playas de la ciudad.

En relación al Programa SIGO, en la ciudad de Posadas se implementa en tres oportunidades (años 2009, 2013 y 2016), totalizando 28 empresas turísticas (10 agencias de viajes, 10 alojamientos, 7 locales gastronómicos y una empresa de transporte fluvial). En Encarnación se efectiviza a fines del año 2016, siendo 14 los establecimientos distinguidos, la mayor parte alojamientos, seguidos por la gastronomía.

En cuanto a las expectativas que tuvieron los empresarios ante la posibilidad de implementación del programa, en general, fueron positivas, sin embargo, cada uno de los entrevistados asignó significados diferentes a los alcances del programa en parte podemos conjeturar que esto pudo deberse al modo en que se realizó la convocatoria. Se agruparon en torno a la capacitación, esto es la incorporación de conocimiento acerca del negocio, la posibilidad de acceder a una certificación-distinción que mejore la performance de la empresa.

Si bien estas expectativas fueron muy favorables, su evaluación final y aprendizajes logrados son muy heterogéneos. Se destacan como factores condicionantes de estas apreciaciones la antigüedad de la empresa, la formación del gerente - propietario y la tenencia de otras certificaciones de calidad, aprendizajes desde los niveles estratégicos a operativos que les permitieron agregar valor a la empresa. En contrapartida, como principal aspecto negativo señalan la falta de continuidad, las auditorías y la re – certificación que se debió realizar al ser el SIGO un proceso.

En relación a la inserción real que tuvo el Programa SIGO en las empresas turísticas de Posadas y a su adaptación en Encarnación, por parte de los gerentes/ propietarios de empresas turísticas se concluye que no logró en todos los casos el cometido de sistematizar, de hacer parte de la estrategia de la organización las pautas que promueve y trasladar esas pautas a la operación. Simplemente se la asumió como una capacitación en los términos de adquisición de algún conocimiento.

Si bien los resultados alcanzados no han contribuido de manera muy eficiente en el sector turístico y empresarial y no se han realizado monitoreos ni continuidad en las acciones y políticas, especialmente considerando que se trata de Pymes sin experiencia empresarial. De todas maneras, toda acción del Estado es positiva al desarrollo, es un granito de arena más hacia la equidad del conocimiento, la formación y a la búsqueda del desarrollo.

Bibliografía y otras fuentes

Libros:

CAMBAS Aníbal (1970): *Centenario de la Ciudad de Posadas*. Publicación de la Municipalidad de Posadas.

WAGNER Mariela (2016): *Calidad Turística Total. En busca de organizaciones más competitivas*. Ediciones Turísticas. Buenos Aires.

Páginas web:

<http://www.economis.com.ar/encarnacion-una-ciudad-que-se-transforma-con-el-turismo/>
27/04/17, 11:50 hs.

<http://www.ipecmisiones.org/censo-2010>.

www.bienvenidoaparaguay.com.

www.encarnacion.gov.py.

<http://www.turismo.gov.ar/calidad/calidad-en-turismo>, 8/07/17.

www.playasencarnacion.com.py.

Entrevistas:

Valdéz Clebsch, Dolly. Directora de Turismo Municipalidad de Encarnación, Paraguay.
Realizado 20/04/2017.

Degiusti, Oscar, Ex Director de turismo de Posadas. Realizada el día 10/12/15.

Kremar, Ariel, Ex subsecretario de Capacitación y control de calidad del Ministerio de turismo de Misiones. Realizada el día 07/09/15.

Alvarenga, Gustavo, Gerente del hotel Julio Cesar (Posadas). Realizada en Diciembre de 2016

Puertaz, Mariana, Gerente del Hotel HA (Posadas). Realizada en Diciembre de 2016.

Piñeyro, María del Carmen, Gerente del Hotel Crucero Express (Posadas). Realizada en Diciembre de 2016.

Legislación

Ley Nacional N° 18.828 de Hotelería. Congreso de la Nación. Buenos Aires, 6 de Noviembre de 1970.

Decreto N° 1818 reglamentario de la Ley Nacional de Hotelería. Congreso de la Nación. Buenos Aires, 1976.

Decreto 8111 reglamentario de la Ley del Turismo N° 2828. Ministerio del Interior. Asunción. 31 de agosto de 2006.

Resolución N° 332. Secretaria Nacional de Turismo. Asunción. 21 de mayo de 2010.

Planes estratégicos

Plan Estratégico Posadas PEP 2022. Marzo de 2008.

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Encarnación. 2013-2018. Marzo 2013.

Plan Nacional de Turismo de Argentina PFETS 2025.

Planificación Urbana y Metropolización, experiencias y desafíos.

Taller de Construcción Regional Área Metropolitana Binacional Posadas-Encarnación: “Hacia una visión y agenda estratégica comunes”, realizado el 22 de agosto del 2014. Posadas, Misiones, Argentina.

Monografías de grado

Acosta, Belén, (2015) “Articulación de las normas de calidad IRAM-SECTUR y Programas de Calidad, con una normativa para regular y categorizar los lodges de la provincia de Misiones”. Facultad de Humanidades y Cs. Sociales – U.Na.M.

DESARROLLO DEL ECOTURISMO INTELIGENTE EN LA FINCA DE CONSERVACIÓN "RIVERA DE LOS VENCEJOS, CANTÓN PIÑAS PROVINCIA DE EL ORO-ECUADOR"

Lic. Jessica Ivonne Lalangui Ramírez.

Mgs. en Planificación y Gestión de
Proyectos Agroturísticos y Ecológicos. Ecuador. jlangui@umet.edu.ec.

Resumen

La Finca de Conservación "Rivera de los Vencejos", constituye un lugar de conocimiento natural y de conservación del ecosistema, reflejando en su esplendor diferentes especies de flora y fauna que forman parte de su entorno paisajístico. Resaltan sus recursos naturales con magníficos paisajes y hermosas cascadas. No obstante, se detectó una deficiente comunicación en márquetin, que resalte sus atractivos para la captación de turismo, por lo que esta investigación se enfoca en potenciar una oferta que permita la diversificación de actividades turísticas, mejorando la competitividad, conservando los recursos naturales y respetando la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y del ecosistema de la zona; basado en un turismo inteligente que contribuya al desarrollo local involucrando a la comunidad e incentivando además, la visita del turista nacional e internacional. Para ello, se aplicaron métodos teóricos y empíricos de observación y entrevista, investigación de campo que diagnosticó recursos del área, así como consulta de materiales legislativos, todo lo cual permitió arribar a propuestas de solución y elaboración de un plan de marketing, resultados que fueron acogidos con entusiasmo por la directiva.

Palabras claves: finca de conservación, ecoturismo inteligente, desarrollo local, recursos naturales, turismo sostenible.

DEVELOPMENT OF INTELLIGENT ECOTOURISM IN THE CONSERVATION FARM "RIVERA DE LOS VENCEJOS, CANTÓN PIÑAS PROVINCE OF EL ORO-ECUADOR"

Abstract

The "Rivera de los Vencejos" Conservation Estate is a place of natural knowledge and conservation of the ecosystem, reflecting in its splendor different species of flora and fauna that are part of its landscape environment. They highlight their natural resources with magnificent landscapes and beautiful waterfalls. However, there was a lack of communication in marketing, highlighting its attractiveness to attract tourism, so this research focuses on potentiating an offer that allows the diversification of tourist activities, improving competitiveness, conserving natural resources and respecting The socio-cultural authenticity of the host communities and the ecosystem of the area; Based on intelligent tourism that contributes to local development involving the community and also encourages the visit of national and international tourists. For this, theoretical and empirical methods of observation and interview were applied, field research that diagnosed resources of the area, as well as consultation of legislative materials, all of which allowed to arrive at proposals of solution and elaboration of a plan of marketing, results that

were Welcomed with enthusiasm by the directive.

Key words: conservation farm, intelligent ecotourism, local development, natural resources, sustainable tourism.

Introducción

Ante el desarrollo turístico mundial, Ecuador cuenta con una variedad muy extensa que podría significar grandes recursos económicos.

En este sentido en la provincia de El Oro existe una gran diversidad de clima, fauna que permite potencializar el turismo. Por esta razón resulta conveniente promocionar turísticamente cada uno de ellos.

Gracias a su ubicación geográfica se caracteriza por su clima templado, que brinda un ambiente de costa y a su vez de sierra, muypreciado por sus habitantes y turistas nacionales e internacionales.

En la Finca de Conservación “Rivera de los Vencejos”, se concentra gran variedad de ecosistemas con peculiares atractivos naturales, que resulta un indudable potencial turístico, aún sin explotar sosteniblemente con el entorno. Es menester lograr que los pobladores de las comunidades anfitrionas de la zona, contribuyan a la conservación de la finca y su entorno, de tal forma que no exista impacto hacia el medio ambiente, proponiendo planes de mejora, sociales y culturales. El presente proyecto de estudio de campo e investigación, realizó actividades para la potencialización de un Ecoturismo Inteligente en dicha zona.

Es importante entonces realizar una campaña intensiva por diferentes medios gubernamentales, locales o de cualquier otra índole, para promover la actividad turística del cantón Piñas, exactamente en la Finca antes mencionada.

El ministerio de turismo está colaborando mediante conferencias sobre el ecoturismo y el turismo sostenible, para de esa forma brindar un espacio de aprendizaje, debate, interacción, con expertos internacionales y la industria turística en Ecoturismo y Turismo Sostenible, para de esa forma contribuir al posicionamiento de Ecuador como un lugar biodiverso comprometido con la conservación del medio ambiente y una oferta turística de calidad.

Dicha finca, como muchos sitios exuberantes del Ecuador, en los que falta aún mucho por hacer en materia de lanzamiento al turismo sostenible, no cuenta con un programa propagandístico de comunicación consolidado, que propicie la avenida de turistas, tanto locales, nacionales y preferentemente internacionales.

El principal problema a resolver se enfoca en ¿Cómo contribuir al alza del Turismo en la Finca de Conservación “Rivera de los Vencejos”? , para ello el objetivo se centra en: Potencializar una oferta que permita la diversificación de actividades turísticas, conservando los recursos naturales y respetando la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y del ecosistema de la zona, mediante un plan de márketing basado en un turismo inteligente.

Materiales y métodos

Breve caracterización del área de estudio

Hacienda “Rivera De Los Vencejos”

EL sitio se creó entre 2008 y 2009 por iniciativa de un grupo de entusiastas del turismo y el apoyo de diferentes personas que fueron aportando con sus ideas, así como, a las bondades del lugar, ya sea por sus tres cascadas, de varios metros de altura y profundidad o por tener en una de las cascadas el hábitat para anidación de los *Apus apus sp.* (Vencejos). Convirtiéndose en un paraíso ornitológico, atrayendo a turistas nacionales y extranjeros.

Dentro de la Hacienda “Rivera de los Vencejos” existe un mirador donde se puede realizar camping, una cabaña rústica que cuenta con servicios básicos con un número de 4 habitaciones, un comedor, un baño y áreas verdes para el confort de los visitantes.

Ubicación y límites: El sitio Ribera de Los Vencejos, se encuentra ubicado en la provincia de El Oro, el cantón Piñas en el sitio La Florida de la parroquia la Bocana. La finca tiene una superficie total de 15 hectáreas en las que se encuentran varios atractivos como cascadas, bosques, el hábitat natural de los vencejos, entre otros. ¿Cómo llegar?: Desde la parroquia Saracay, se toma la ruta Saracay-Piedras-El Carmen, se recorren aproximadamente 5 km., luego desde el Sitio El Carmen se continúa por la ruta El Carmen-Cañas, pasando el puente toma una vía a mano izquierda y recorre aproximadamente 2 km. hasta llegar a la finca.

Metodología

Técnicas: En esta investigación se emplearon las siguientes técnicas:

Investigación de Campo: se planificó con el Sr. Modesto Rivera propietario de la Finca de Conservación “Rivera de los Vencejos” ubicada en el sitio La Florida, donde se recopiló toda la información para llevar a cabo el proyecto. Además se realizó una breve entrevista para obtener información concisa.

Documentos de información: se utilizó una guía de observación que permitió identificar los atractivos paisajísticos.

Fuentes secundarias: libros, revistas, artículos científicos, internet y proyectos anteriores.

Resultados y discusión

Fundamentación teórica.

Ecoturismo.

El ecoturismo, según algunos analistas, ha sido relacionado frecuentemente con el turismo de aventura, el cual, en la mayoría de los casos ha sido utilizado para designar actividades de índole ecológica, que en ocasiones han permitido llamar la atención de las personas que aspiran a practicar una verdadera actividad ecoturística. Esta situación hace del ecoturismo una forma más del turismo masivo corriente, desvirtuando su esencia, así como los objetivos y beneficios que ofrece a las comunidades, in situ, o aledañas a las áreas protegidas y a los turistas, al igual que a la conservación de los recursos naturales y a la protección ambiental. (Bulla, 2013)

Por esta razón a manera de ilustración, se presentan los aspectos que el ecólogo norteamericano George Wallace (1992), consideró como fundamentales para

identificar y rubricar lo que es, en sí, el ecoturismo:

1. Lograr que las áreas naturales sean percibidas tanto como “un hogar para todos nosotros”, en un sentido planetario y “un hogar para los residentes locales en su significado específico”
2. Permitir minimizar los impactos negativos, tanto en el medio ambiente natural, como en los habitantes locales.
3. Contribuir a la gestión de las áreas protegidas y a mejorar los vínculos entre las comunidades locales y los administradores de dichas áreas protegidas.
4. Propiciar beneficios económicos y de otra índole para los habitantes del lugar y maximizar su participación en el proceso decisorio que determina del tipo y la cantidad de turismo que debe ocurrir.
5. Promover una autentica interacción entre visitantes y los anfitriones, así como un interés genuino en el desarrollo sostenible y la protección de áreas naturales, tanto en el país que se visita, como en el país de origen del turista.
6. Suplementar o completar prácticas tradicionales como agricultura, ganadería, pesca, sistemas sociales otras (alternativas de trabajo y complemento de dichas actividades), sin marginarlas o intentarlas reemplazar, fortaleciendo de esta manera la economía local al hacerla menos susceptible a cambios bruscos internos y externos.
7. Ofrecer oportunidades especiales para que los habitantes locales y los empleados de agencias turísticas, también utilicen de manera sostenibles las áreas naturales y aprender más sobre los atractivos ecoturísticos que se ofrece al visitante.

Coincidiendo con el autor, todos constituyen aspectos importantes a considerar para un turismo sostenible de naturaleza y desarrollo local, que resalte atractivos actividades e idiosincrasia comunitaria.

Turismo comunitario en Ecuador.

En la década de los 80, nace el Turismo Comunitario como una respuesta que permite a las comunidades generar una alternativa para mejorar los ingresos familiares, recuperar y valorizar su cultura e identidad y el manejo sostenible de los recursos naturales. Producto de la creciente orientación de los turistas hacia áreas naturales en búsqueda de nuevos estímulos/ retos, en su deseo de estar en plena naturaleza, pues es cada día más difícil encontrar esta sensación en sus países de origen, así como en una sensibilidad cada vez mayor acerca de la situación y los problemas del medio ambiente. Como una alternativa de obtener nuevas formas de ingresos y reducir los niveles de pobreza diversas comunidades se integraron para generar emprendimiento de Turismo Comunitario en la localidad, para con ello: ejercer una adecuada defensa y manejo de sus tierras y territorios, la revalorización cultural, fortalecimiento organizativo, distribución equitativa de los beneficios generados y seguridad alimentaria. (MINTUR, 2007).

FODA del turismo comunitario en el Ecuador.

EL diagnóstico de Turismo Comunitario en el Ecuador fue formulado por el

Ministerio de Turismo, para lo cual dentro del PLANDETUR 2020 (Turismo, 2007) se considera las siguientes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas:

FORTALEZAS

- Fuerte componente natural y cultural en los territorios.
- Gestión local participativa.

OPORTUNIDADES

- Demanda de productos diversificados.
- Reduce índices de migración.
- Nuevos nichos de mercado.

DEBILIDADES

- Falta de canales de comercialización.
- Oferta carente de estándares de calidad básicos.
- Escasa gestión administrativa financiera.

AMENAZAS

- Falta de regularización legal.
- Empresa privada que comercializa operaciones comunitario”.

Como resaltan estos estudios del MINTUR, desde inicios de la década pasada, ya se conocen, en lo fundamental, las principales debilidades del turismo comunitario ecuatoriano, para lo cual se han venido trazando estrategias

Turismo Inteligente

Un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida del residente. La consecuencia de la reconversión es la estimulación y el incremento de la competitividad a través de la capacidad innovadora, que repercute en una mejora de la percepción del destino, generando márgenes superiores de la calidad de vida de los residentes (España, 2012).

La intención de convertirse en un DTI supone el establecimiento de una estrategia de revalorización del destino que permita aumentar su competitividad, mediante un mejor aprovechamiento de sus atractivos naturales y culturales, la creación de otros recursos innovadores, la mejora en la eficiencia de los procesos de producción y distribución que finalmente impulse el desarrollo sostenible y facilite la interacción del visitante con el destino (España, 2012).

¿Qué son los vencejos?

Su nombre científico: *Apus apus sp.*, es un ave diseñada para volar desde el primer instante que se lanzan al aire, con alas aeronautas, cola corta horquillada,

boca desproporcionada, pero de pico pequeño que le permite capturar insectos voladores, sus patas poco funcionales, ya que han sufrido una involución debido a su adaptación netamente al aire. No posee pulgar, pero si unas garras muy fuertes con las cuales cuelgan de paredes rocosas, su plumaje negro con pequeñas manchas blancas. Sus alas pueden llegar a medir de 42 a 48 centímetros que le dan elegancia y una apariencia a media luna al momento de volar. Su vida sexual reproductiva e incluso alimentación lo hacen en el aire, aterrizado solo una vez al año las hembras para anidar los polluelos, los que después de pocos días emprenden el vuelo sin volver a tierra hasta alcanzar la madurez sexual en el caso de las hembras.

Resumen de resultados de observaciones, entrevista y diagnóstico de campo.

Los resultados que se han obtenido después de haber realizado la observación del lugar, la entrevista y la ficha de observación; se puede detallar que esta es una zona muy acogedora para los turistas que tienen un alma aventura y buscan experiencias nuevas, hay una gran cantidad de espacios verdes, avistamiento de aves, zonas de descanso, zonas de disfrute, entre otros atractivos.

Considerando que esta zona recibe pocos turistas en la actualidad, debido a que no existe una página con información precisa y detallada del lugar, o una Aplicación para dispositivos tecnológicos (APP), ofreciendo los diferentes servicios del lugar, y con aquellos fondos que genere la misma, implementar lo que sería el acondicionamiento de cabañas rusticas; para potencializar este lugar, se necesitó de varios recursos como:

- Publicidad en línea.
- Señaléticas de tránsito.
- Creación de APP del lugar a potenciar.
- Inclusión del lugar en la Página web del Ministerio de Turismo.

Propuesta de potencialización para oferta basado en turismo inteligente.

- Creación de recursos tecnológicos, apoyándose en la Universidad Metropolitana (UMET), sede Machala, dentro de sus proyectos de vinculación con la sociedad, como son: Publicidad en línea, Página web del lugar a potenciar.
- Solicitar al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal el arreglo de la vía principal para la instalación de señalética de tránsito y previamente solicitar al Ministerio de Turismo la señalética turística para la hacienda.
- Creación de un APP, que permita promover al lugar, con apoyo también de la UMET.
- Solicitar al Ministerio de Turismo, programa de capacitación con profesionales para brindar asesorías sobre emprendimiento, manipulación de alimentos, turismo comunitario y atención al cliente, entre otros temas, tanto a los trabajadores del área como a los habitantes del lugar, para que la zona pueda tener un crecimiento económico.

Se propone además:

1. Realizar un estudio sobre la capacidad de personas que pueden ingresar en la zona, para que de esa forma no exista un impacto al lugar.

2. Aumentar el personal para el cuidado y limpieza de la zona.
3. Realizar un seguimiento de las actividades, tanto turísticas como comerciales en el Sitio La Florida, pueblo donde se realizan actividades comerciales antes de llegar a la Hacienda “Rivera de los Vencejos”, para de esa forma, verificar si hay un incremento de los beneficios económicos y sociales.

Conclusiones

- Las principales causas que inciden según la investigación en la escasa afluencia turística, son la falta del arreglo de la vía principal para la instalación de señalética de tránsito, la falta de la señalética turística hacia la hacienda, y la insuficiente información acerca del lugar turístico.
- Para materializar esta propuesta, el dueño de la hacienda debe realizar una solicitud hacia el Ministerio de Turismo para constar entre los lugares que se encuentran publicitados en su página web.
- Captar la atención de operadores turísticos grandes que incluso podrían iniciar el flujo de turistas extranjeros al Sitio.

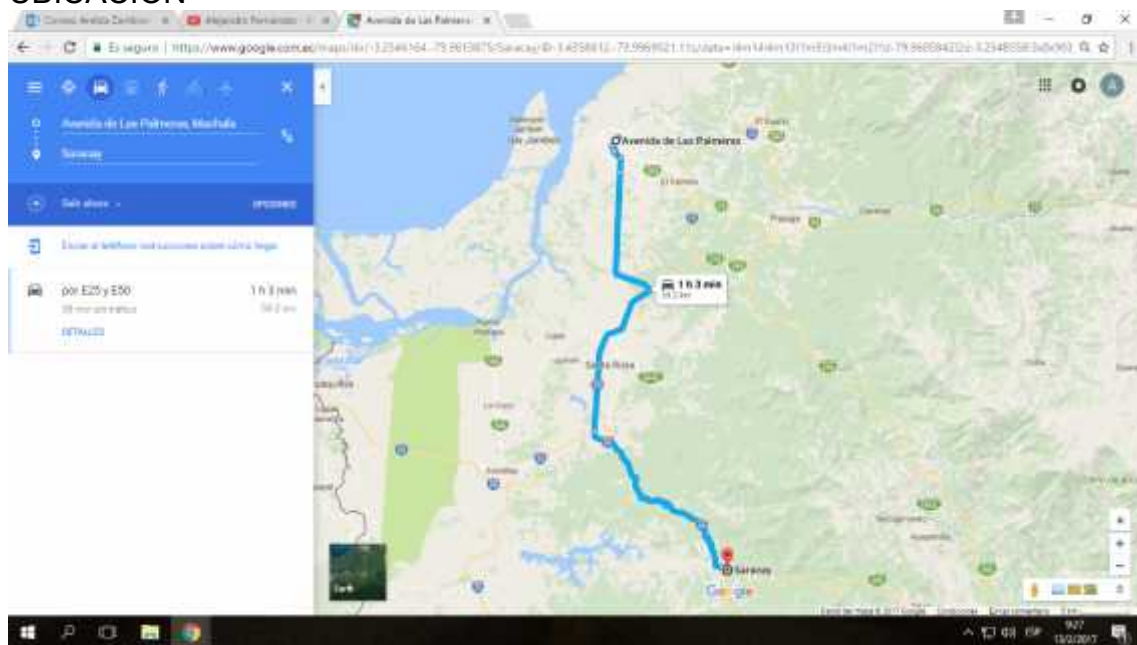
Referencias bibliográficas

- Bulla, L. (2013): Ecoturismo: oferta y desarrollo sistemático regional, Bogota, Ecoe Ediciones.
- CRIOLLO, C. (s.f.): Blog ESPOL, disponible en <http://blog.espol.edu.ec/giscacri/historia/> [consulta: 15-12-2016].
- ESPAÑA, G. (2012): SEGITTUR, disponible en <http://www.segittur.es/es/proyectos/proyecto-detalle/Destinos-Turisticos-Inteligentes-00006/#.WJSzTdLhDIU> [consulta: 15-12-2016].
- GAD MUNICIPAL. (2016): Cantón Piñas, disponible en <http://pinas.gob.ec/turismo/item/356-finca-de-conservacion-rivera-de-los-vencejos.html> [consulta: 15-12-2016].
- GALEON. (2014): Galeon.com, disponible en <http://turismo-oro.galeon.com/> [consulta: 15-12-2016].
- Turismo, M. (2007): PLANDETUR 2020, Quito, S/E.
- ECURED, (2016): Provincia de el Oro, disponible en https://www.ecured.cu/Provincia_de_El_Oro [consulta: 15-12-2016].

Agradecimiento: Un especial agradecimiento a la Universidad Metropolitana Sede Machala quien me ha permitido elaborar un proyecto de investigación de la carrera de Turismo denominado “Contribución a las potencialidades de los destinos turísticos de la Prov. de El Oro” que permitirá aportar con nuevas alternativas de turismo a la población del cantón Piñas.

ANEXOS

UBICACIÓN







EL AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO SUSTENTABLE

Marcos Giler Giler

mgiler72@gmail.com

Lytyet Fernández Capestany

lytyet.docencia@gmail.com

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Resumen

En el Ecuador se están presentando nuevas oportunidades en el sector turístico, debido a un aumento de la demanda nacional como internacional. En la actualidad están surgiendo otros destinos con ofertas muy interesantes para satisfacer las necesidades del turista, es por esto que lo más lógico y viable es adoptar nuevas modalidades de turismo, tal como lo es el Agroturismo. Estos destinos que involucran a la naturaleza tienen gran acogida de turistas nacionales y especialmente de extranjeros, es por eso que en algunos cantones de la provincia de Manabí es aprovechado para obtener recursos económicos. La materia prima para la industria turística son los recursos naturales y culturales, y su explotación sostenible depende del ingenio de las personas involucradas en el campo turístico para sacar el mayor provecho a las condiciones de cada destino turístico. Consiente de la importancia que tiene la producción agropecuaria de los cantones Manabitas y los bellos paisajes que se pueden apreciar, se toma como consideración las ventajas y oportunidades económicas ya que por falta de información y el escaso interés por realizar esta actividad, es que no se ha optado por otras alternativas para mejorar, social y económicamente su forma de vida. En esta investigación se realiza una descripción de las principales ofertas del agroturismo en la provincia de Manabí y un análisis de las oportunidades de insertar al cantón El Carmen en el desarrollo de un proceso turístico sustentable.

ABSTRACT

New opportunities are presenting themselves in the tourism sector in Ecuador due to increase in national, as well as international demand. Presently, there has been an upsurge of new destinations with very interesting offers to satisfy the needs of the tourist and, for this reason, it is very logical and viable to adopt new modalities of tourism, an example of which is Agro-tourism. These destinations that involve nature have high acceptance rates of both national and especially foreign tourists; this is why same is taken advantage of in some towns of the province of Manabi to generate or obtain economic resources. The raw materials of the tourism industry are natural and cultural resources and, their sustainable exploitation depends on the ingenuity of the people involved in the area of tourism to make the best use of the conditions of each tourist destination. Conscious of the importance of the agricultural production of the towns of Manabi and the beautiful landscapes and sites that can be appreciated, the advantages and economic opportunities are taken into consideration, based on the lack of information and little interest to carry out this activity, other alternatives to improve the quality of life socially and economically have not been opted for. A description of the principal offers of agro-tourism in the province of Manabi is done in this investigation and an analysis of the opportunities of putting the town of El Carmen in the development of a sustainable touristic process.

Palabras clave: Agroturismo, calidad de vida, economía, Manabí, El Carmen.

Introducción

El turismo es una actividad que involucra muchos aspectos sociales, económicos y ambientales, los cuales a su vez benefician a las personas que se incluyen en ella. El turista actual busca ambientes diferentes que ofrezcan un entorno armónico – natural y en donde se pueda descansar, recuperar energías, desconectarse de su mundo cotidiano y encontrarse con el mismo; lo cual crea una nueva necesidad por satisfacer, crear nuevas modalidades de turismo. La demanda de nuevas ofertas innovadoras en el turismo ha generado nuevas alternativas socio-económicas que conllevan al nacimiento del Agroturismo. Esta propuesta es una solución sustentable que permite remediar la vulnerabilidad de escasas fuentes de empleo y bajos ingresos en localidades con menor grado de desarrollo económicos.

En el Ecuador se ha venido dando como un medio para conocer de cerca las propiedades de plantas medicinales, el cultivo de productos exóticos como la pitahaya, la uva salvaje, el plátano, la naranjilla, el maracuyá (fruta de la pasión) o las plantaciones del mejor cacao del mundo (Ruta del Cacao); y, de una inmensa variedad de rosas y flores tropicales, que permiten, conocer in situ el ambiente en el que crecen los tesoros que Dios ha dado a la humanidad

Antes de tratar el tema del desarrollo del agroturismo en Manabí, se hace necesario mencionar lo siguiente, con respecto al sector agrícola que es la base para hacer agroturismo. Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (MAG & IICA, 2006) el diagnóstico integral la agroindustria en el Ecuador, 2006: Pág. 53 por cada dólar producido en la agricultura, unos 66 centavos se transforman en valor agregado de otros sectores económicos. En términos globales se estima que un aumento en el PBI agrícola (PIBA) de 1% genera un aumento en el PBI del resto de la economía de 0,43%, que es mayor al promedio que se genera en América Latina (0,12%).

El (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2007) en El PLANDETUR 2020: Señala que el Ecuador tiene el potencial de posicionarse en su calidad del país más mega biodiverso del planeta, ya que cuenta con la mayor biodiversidad por unidad de superficie a escala mundial. Esta mega biodiversidad se encuentra en sus cuatro regiones turísticas:

- Galápagos
- Costa
- Andes
- Amazonía

Actualmente el Ecuador busca impulsar el Aaroturismo en diferentes puntos de su interés donde existen haciendas que brindan este servicio.

El (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009) estableció la red de agroturismo de la costa ecuatoriana; en el mismo se presentan como principales puntos las provincias de Guayas y Los Ríos, mediante la integración de lugares que faciliten, a más del aprendizaje de los procesos agrícolas y pecuarios, los servicios de hospedaje, alimentación y recreación a los turistas, de esta forma los visitantes tienen la oportunidad de disfrutar de la belleza de los paisajes de ambas provincias, de su gastronomía y riqueza cultural. Recorrer el sector agrícola de la costa ecuatoriana, específicamente las provincias de Guayas y Los Ríos, es una experiencia incomparable, en especial las áreas donde existe

un desarrollo eco turístico, lleno de tradiciones, riqueza natural y cultural en cada punto de la ruta (SOSTENIBLE, 2013).

Objetivos del Plandetur 2020, es generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.

Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada.

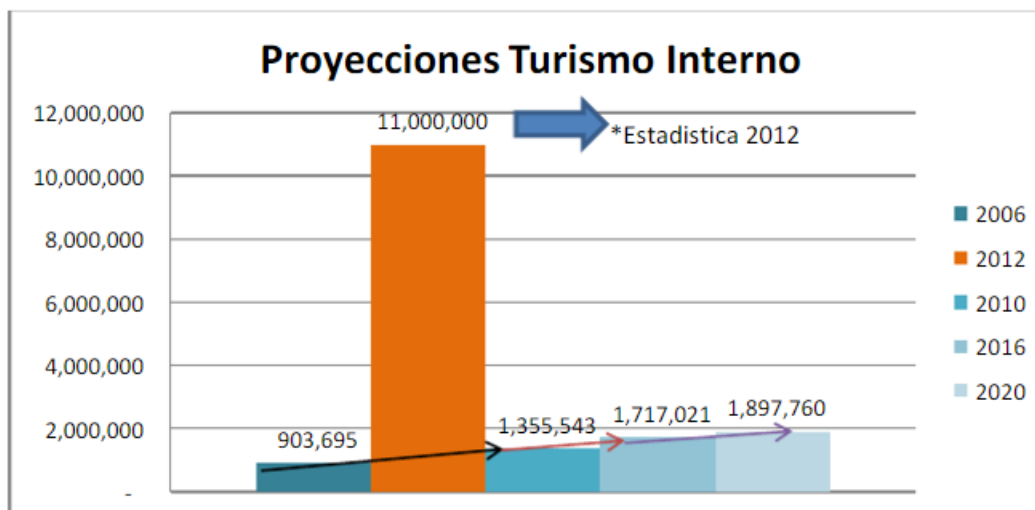
Metodología de Planificación del Desarrollo del Turismo Sostenible de PLANDETUR 2020 es busca las condiciones necesarias para lograr un desarrollo turístico integrado, controlado y sostenible. Considera los componentes del desarrollo turístico en el marco de los mercados de turismo y del medio ambiente local, ya sea natural, cultural o socioeconómico (OMT). La determinación de la metodología se concentra en cuatro preguntas fundamentales:

- a) Situación Actual: ¿Dónde estamos y cómo estamos?
- b) Futuro Deseado: ¿Dónde queremos llegar al 2020?
- c) Planteamiento Estratégico y propuesta: ¿Qué hacer y cómo hacerlo?
- d) Seguimiento del proceso: ¿Cómo medir los logros?

De esta manera, se construye un planteamiento estratégico que permite partir de una base sólida para la identificación de alternativas de desarrollo que generen programas a ser ejecutados a través de la participación de los diversos actores convocados al proceso.

El Turismo Interno, de acuerdo a las cifras presentadas por el Viceministro de Turismo, se han movilizad en el año 2011 cerca de 11'000.000 de personas en el Ecuador, generando a la economía cerca de \$ 1'100.000 millones

Según estos datos existe un 580% de incremento entre lo planificado en PLANDETUR y la situación real, sin esto debe ser estudiado meticulosamente, debido principalmente al mejoramiento de puertos, aeropuertos y especialmente las carreteras de todo país, además de un mejoramiento en las condiciones económicas de la población.



En este sentido el Ecuador pasó de ser un país con una muy limitada y precaria vialidad a un país con una excelente vialidad, de hecho el trazo de la Red Vial Estatal recorre después de 200 años todo el país, con vías de primer orden.

La provincia de Manabí está dotada de diversos sitios llenos de belleza natural; especialmente en toda la zona rural de la provincia. Las haciendas de Manabí en general poseen características turísticas como: escenarios naturales con sus cascadas, ríos, lagunas, vertientes, montañas con presencia de vegetación primaria donde es el hábitat de una diversidad de flora y fauna salvaje, la cotidianidad, la cultura, son los recursos fundamentales para el turismo. También se pueden practicar varias actividades entre ellas, paseos por senderos, trotar, acampar, realizar cabalgatas y disfrutar de inolvidables escenarios fotográficos, pesca deportiva, ciclismo de montaña, etc.

El Carmen es uno de los cantones más productivos de la provincia, debido a su gran potencial agrícola y ganadero, se encuentra situado al norte de la provincia de Manabí.

En el cantón existen unos sinnúmeros de balnearios, la creación de complejos Agroturístico en esta zona mejoraría la economía de las familias del sector. Al mismo tiempo con el Agroturismo se puede disfrutar de una estancia tranquila, sin aglomeraciones, recibiendo un trato familiar y en contacto directo con el mundo rural y la naturaleza; apoyando siempre la tendencia a proteger y conservar el entorno natural del cual se hace uso para desarrollar las actividades del agroturismo.

Se detalla a continuación algunos de los lugares turísticos que pueden ser potenciados en El Carmen.



CASCADA DEL ARMADILLO

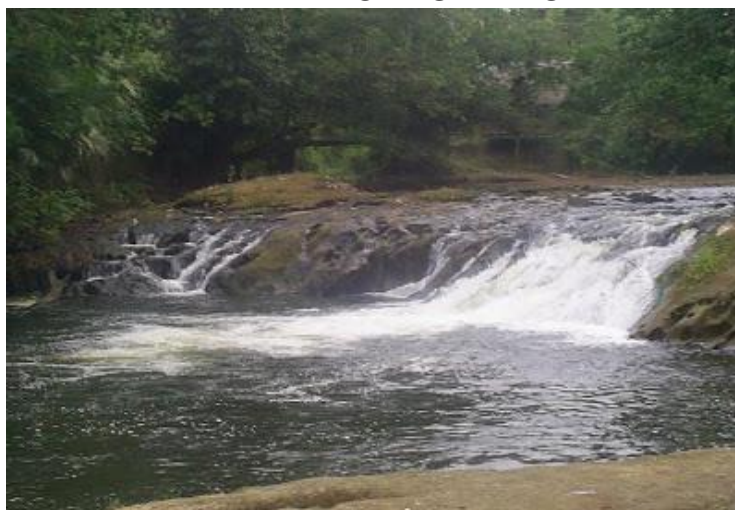
Se llama la cascada del Armadillo y está en el sitio El Paraíso-La 14, del cantón El Carmen. Al lugar llegan desde intrépidos aventureros que hacen un viaje de locura para conocerla, hasta habitantes locales que cada fin de semana la visitan solo por el placer de relajarse, refrescarse y disfrutar del ambiente cálido que nos brinda dicho lugar y también sus frescas aguas que siempre son cristalinas.

La playa más cercana es Pedernales la cual se encuentra a 101 kilómetros, es por ello que la mayor fortaleza turística está en sus ríos y sus cascadas. Hasta estos sitios llegan miles de personas atraídas por sus aguas cristalinas, protegidas por grandes árboles y cañaverales, construyendo badenes y estacionamientos vehiculares además de su comida típica. La comida tradicional como el seco de gallina criolla con yuca es otro de los elementos que se destacan.

La Quinta San Felipe pone a disposiciones de los usuarios la comodidad de las instalaciones de un área recreativa y ecológica.



BALNEARIO LAS MINAS



El Balneario las Minas ubicada en el km 18, en la vía el Carmen-Pedernales, el cual es muy visitado tanto por turistas del país o ya sean de otros países y habitantes del cantón además posee pista de baile, bares y amplio parqueadero.

CASCADA EL SALTO DEL PINTADO

La Cascada El Salto del Pintado, es una alternativa de esparcimiento y turismo para quien es amante de la naturaleza y gusta pasar momentos tranquilos.



El turismo en el Ecuador generó 1,211.340 millones de visitas de extranjeros durante el 2016, según la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo.

Las cinco ciudades que más visitan los extranjeros son Quito, Guayaquil, Cuenca, Galápagos y Baños.

Los sudamericanos, norteamericanos y europeos son los extranjeros que más visitan nuestro país (diario el Comercio, 2017)

El tipo de turismo que realizaron los turistas extranjeros que ingresaron a Ecuador fue:

- Un 71,97% realizó turismo cultural
- Un 10% realizó ecoturismo
- Un 10.23% disfrutó de sol y playa
- Un 3,90% realizó deportes de aventura
- Un 1,30% visitó parques
- Un 1,30% realizó turismo comunitario
- Un 1,30% realizó otros tipos de turismo

Conclusiones

El agroturismo se presenta como una alternativa de desarrollo sustentable que permite fortalecer la economía de quienes están involucrados en la actividad agropecuaria, ya que sin alejarse de sus actividades tradicionales pueden generar propuestas alternativas que incrementarían sus ingresos.

El escaso interés de la población en actividades agroturísticas, ha impedido el desarrollo socio económico de algunas comunidades de Manabí, aunque existen suficientes actividades de la cultura campesina en la provincia para ser expuestas a los visitantes que serían de agrado y de recreación para los turistas.

Se denota un potencial en las actividades agroturísticas en el cantón El Carmen, sus paisajes, cascadas, cultura, gastronomía, etc; se puede determinar que existe un nicho económico muy importante que no está siendo explotado de una forma adecuada.

Bibliografía

- Peñaranda, F. (s.f.). *Proyecciones del turismo para el Ecuador al 2020*. Obtenido de https://www.academia.edu/5022431/Proyecciones_del_turismo_para_el_Ecuador_al_2020
- SOSTENIBLE, E. A. (2013). UNIVERSIDAD ESTATAL , PENÍNSULA DE SANTA ELENA. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1427/1/TESIS%20SILVIA%20TOMAL%C3%81%20T%20AGROTURISMO%202013.pdf>

WEB-GRAFÍA:

<http://definicion.de/agroturismo/>

<http://www.elcomercio.com/actualidad/turismo-cultural-ecuador-atractivo-extranjero.html>. . (s.f.).

<http://www.elcomercio.com/viajar/turismointerno-com>. (s.f.).

<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/53-mapa-cantones-delecuador/mapa-manabi/345-canton-pajan>. (s.f.).

<http://www.manabi.gob.ec/cantones/pajan>. (s.f.).

lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1100977732/-1/Jipijapa_y_su_historia.htm. (s.f.).

|

APROXIMACIÓN A UN MODELO DE GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN TURÍSTICA CON ENFOQUE COMUNITARIO PARA EL DESEMPEÑO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) TURÍSTICAS

Mgs. Odalys Burgo Becomo

Burgoodalys19@yahoo.es

Mgs. Fernando Juca Maldonado

fjucam@gmail.com

PhD. Otmara Navarro Silva

otmaranavarrosilva@yahoo.es

Mgs. Rene Izquierdo Vera

reneiz73@hotmail.com

Universidad Metropolitana del Ecuador

RESUMEN.

El objetivo la presente investigación acerca del diseño de un modelo de gestión con enfoque comunitario para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) turísticas. Este modelo se lo pondrá en práctica y será adaptado en las empresas turísticas de la provincia del “El Oro” - Ecuador. El modelo propuesto se distribuye desde los lugares turísticos, el desplazamiento y el compromiso competitivo de los varios procedimientos, dentro de una sociedad que pretende convertir y respaldar su matriz productiva. En este proyecto se estipulan diversas ocupaciones de gestión como la programación productora y la aplicación y la observación productiva; así como las variables del rendimiento y sostenibilidad turística, conjuntamente el adeudo compromiso de la responsabilidad interna y la responsabilidad social corporativa del lugar. Este modelo se desenvuelve partiendo de las teorías en el ámbito turístico, con una orientación comunitaria desde lo importante y general. El diseño de un modelo de gestión con enfoque comunitario para las PYMES turísticas, instituye las programaciones para la gestión de diferentes métodos y técnicas turísticas bajo

elementos comunitarios. Una vez que se halla examinados los fundamentos teóricos - metodológicos del turismo y la producción comunitaria se abordan las proposiciones conjeturado del modelo presentado y su estructura metodológica.

Palabras claves: enfoque comunitario, gestión comunitaria, rendimiento y sostenibilidad turística.

INTRODUCCIÓN

La actividad turística se establece como una de las principales industrias económicas tanto a nivel nacional para cada país que lo desarrolla, así como a nivel internacional, siendo unos de las secciones más estudiados en ciencias sociales por muchos autores e investigadores.

Al turismo se lo considera primordialmente como uno de los sectores económicos más importante ya que se está trabajando en el desarrollo de nuevas formas a nivel internacional para que de esta forma pueda contribuir al país. Así, desde hace años, se viene trabajando en el desarrollo de nuevas formas de turismo, que se practican de forma sostenible y de forma comunitaria con el fin de obtener varias finalidades y mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales a través de su potencial cultural, familiar, patrimonial y natural, con el fin de mejorar la conservación de los recursos tanto naturales, como pedagógicos y formativos.

En este sentido, el objetivo es analizar el turismo comunitario y al ecoturismo como instrumento para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados.

El diseño del Plan Estratégico (PLANDETUR 2020) para el desarrollo de Turismo Sostenible con un enfoque comunitario busca consolidar al turismo como una forma sostenible haciéndolo un elemento dinamizador del desarrollo económico y social del Ecuador, con la participación del sector público bajo la rectoría del Ministerio de Turismo (MINTUR), con el involucramiento activo de otras entidades gubernamentales, tales como Consejos Provinciales y Municipios; y, la participación de los actores del sector privado y comunitario a través de las cámaras de turismo, los gremios y las comunidades locales.

Según la GUSTAVO. J. SEGURA. Plantea que el **PLANDETUR 2020**, planteo que Busca generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo

los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

Según GUERREIRO MARCÓN, E. M. (2012). Se caracteriza al turismo comunitario porque una porción considerable de los beneficios están en manos la comunidad local, surgiendo esta actividad como alternativas para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias, para defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.

Este patrimonio natural y cultural ha dado lugar al turismo, las comunidades, Pueblos y Nacionalidades proyectan al turismo comunitario como una actividad económica para dinamizar el crecimiento de vida principalmente de las comunidades. Se ofrece como producto turístico la convivencia en la comunidad porque el turista tiene que convivir con los miembros de la comunidad de tal modo que su atractivo radique en su participación en forma activa de las costumbres y hábitos de la vida comunitaria, disfrutando su etnografía y su patrimonio natural y cultural.

Otro concepto a destacar es el del ecoturismo como unidad de estudio de la comunidad; designando a la acción inmediata o indirecta del individuo cuando actúa en un ecosistema natural alterándolo totalmente y dañando el hábitat donde se encuentra realizando la actividad turística en función de la producción comunitaria (García Muñoz 2012)

Según García Muñoz (2012) indica que el Turismo Comunitario está teniendo grandes avances debido a una demanda de consumidores que influyen sobre ella convirtiendo a lo natural en aspectos únicos y auténticos que llaman la atención en el paseante.

Según (Ecotourism Society, 2007) planteo que el turismo ecológico o ecoturismo es un modo del turismo alternativo diferente al turismo tradicional. Es una orientación para los movimientos del desarrollo turísticos en el cual se privilegia la sostenibilidad, la conservación, la valoración del medio (tanto en el ámbito natural como en el ámbito cultural) que acoge, ampara y sensibiliza a los viajeros. Sin embargo, coexisten diferentes definiciones, por lo general el turismo ecológico se origina como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la organización y el funcionamiento de las empresas, y asociaciones que se dedican a ofrecer tal servicio.

Debido a su auge el ecoturismo ya se convirtió en el segmento de más rápido crecimiento y el sector más dinámico del mercado turístico a escala mundial.

Los enfoques ecoturísticos y comunitarios se basan en general, al modelo de turismo sustentable que conlleva la coordinación de los tres pilares de la sustentabilidad (economía, ecosistema y sociedad), que resulta muy útil en documentos dirigidos a la toma de decisiones dado que potencia el objetivo de la responsabilidad social.

Para fomentar el desarrollo sostenible donde entra al plano turístico los 3 pilares del turismo sostenible como una alternativa para contrarrestar de cierto modo los efectos deterioros antes del turismo masivo, predominante a nivel global. El cual ha ido adquiriendo mayor importancia con el paso del tiempo, debido a la creciente preocupación a nivel mundial por generar un desarrollo sustentable que permita a las futuras generaciones el disfrute de recursos similares a los que actualmente aprovechamos.

La provincia de El Oro conserva un formidable potencial turístico debido a su posición geográfica. Los grandes tesoros patriarcales que posee el Ecuador como sus culturas y naturaleza a lo extenso y amplio del territorio a través de sus cuatro departamentos (Sierra, Costa, Amazonía y Galápagos), han permitido que se halla colocado estratégicamente como un país con potencial para el desarrollo del turístico comunitario por sus múltiples áreas encantadores y sus grandes recursos turísticos que posee.

Los países industrializados de Europa, las Américas, Asia Oriental y el Pacífico son los mercados emisores más importantes para el turismo. (...) representado como un motor de la economía que motivó a la puesta en marcha de la **Cuenta Satélite de Turismo (CST)** a partir de marzo del 2004, permitiendo que esta herramienta sea utilizada por los países emisores y receptores de flujo turístico para medir la contribución de la actividad en las economías nacionales he hizo que esta actividad se desarrollara los bienes y servicios producidos para atender a dicha demanda.

Conforme a la **(OMT) Organización Mundial del Turismo (2014)**, proyecto que las llegadas de turistas internacionales a diferentes partes del mundo **alcanzaron durante el 2014 la cifra récord de 1.133 millones de viajeros, con un aumento del 4,3 por ciento con respecto al 2013.**

Mercados como el europeo y el latinoamericano presentaron crecimientos destacados: Brasil con el, 81%, Venezuela y Colombia con el 64%, Argentina con 33%, Gran Bretaña y Francia con más del 10% y Alemania con 13%.

De acuerdo con el IMSS, El sector turismo aumentó en 5.6% en número de trabajadores, según cifras al emplear a 2.5 millones de personas.

En calidad de ofrecer sus servicios el ministerio de turismo del Ecuador fortalecerá y estimulará las inversiones para hacer de esta la primera actividad económica no petrolera del país y contribuir al desarrollo económico. La representación turística del Ecuador es de 4.2% del PIB que equivale 680 millones de dólares en el ámbito económico; este presupuesto es considerado importante. Según el (MINISTERIO DE TURISMO, "Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador), el desarrollo turístico en el puede traer grandes ventajas ya que el desempleo cada vez es más notorio en nuestra comunidad, con esto podemos decir que el turismo puede contribuir con la disminución de la tasa de desempleo y originar trabajos en hoteles, restaurantes, centros de recreación, etc. En el Ecuador, se puede ver los resultados de un mayor movimiento de turismo gracias a las campañas, propagandas y publicidad como "all you need is Ecuador", (todo lo que necesitas es Ecuador), una gran publicidad que a atraído muchas personas de diferentes partes del mundo. Así como lo mencionó Sandra naranjo ministra de turismo, esto ayudara al desarrollo económico y social del Ecuador.

Esta actividad turística se volvió una prioridad nacional. Donde todos los ministerios tienen dentro de sus líneas estratégicas el turismo. Haciendo que en llegadas el Ecuador creciera tres veces más rápido que el promedio mundial y dos veces más rápido que en la región".

Desarrollo

Descripción del modelo propuesto

El fundamento teórico metodológico que se ejecuta del modelo parte de los cuadros de la gestión turística y el estudio de las versátiles y fundamentos turísticos; lo que viabiliza el diseño de un modelo de gestión con enfoque comunitario para las PYMES turísticas que valga para aumentar, acrecentar rendimientos y favorecer al desarrollo, para la transformación dinámica de la matriz productiva.

Se precisa conocer diferentes elementos y componentes que incidan en el desarrollo práctico y conocedor del modelo, como son: la disposición de actores (conjuntos de personas implicados, desde diferentes niveles de decisión y acción en la pompa turística); así, también como la orientación y ubicación productiva, en un ámbito comercial y comprometido (cada una de estas labores condiciona objetivos apropiados en técnicas de validez eficiencia y eficacia del lugar); las funciones explícitas y caracterizadas (que son las están enfocadas hacia la economía, ecosistema y sociedad); el ciclo temporal y viviente (que se encuentra relacionado en el tiempo, en la integración entre el área turística-comunitaria en el sector productivo nacional e internacional). Cada uno de estos elementos citados y señalados se interrelacionan entre sí, mostrando coherencia, pertinencia y objetividad en su accionar dentro del proceso turístico-comunitario en un ambiente ecoturísticos del sector.

En este sentido el diseño de un modelo de gestión para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) turísticas presenta una propuesta y ofrecimiento de provecho colectivo, porque envuelve en todos sus entornos aspectos culturales, sociales y económicos, etc.; donde se manifiesta la efectividad organizacional, dada por:

Las directrices para el Desarrollo Sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible que se aplican a todas las formas de éste y a todo tipos de destinos.

Su funcionalidad es garantizar la sostenibilidad económica, social y medioambiental del turismo. Los modelos analizados fueron:

° Diseño De Un Modelo De Gestión Turística Sostenible Para El Aprovechamiento Del Patrimonio Natural Y Cultural De La Micro cuenca Del Río Chimborazo.

° Modelos Alternativos de Desarrollo y Buenas Prácticas para el Turismo Costero Sostenible: Un Marco para la Toma de Decisiones en México.

Evidentemente se ha ido evolucionando e introduciendo aspectos de gestión que sí tienen que ver con ámbitos mercadológicos de manera progresiva, principalmente en temas de patrimonio y para la conservación prima sobre las consideraciones, la perspectiva, de la escasez de recursos públicos para la conservación e investigación de nuevas estrategias, como la gestión cultural y gestión turística.

Según (Berroterán, M., González, Y., 2010) el modelo de gestión turística en valoración económica del paisaje para la gestión sostenible es un proceso en el cual se desarrollan de manera eficiente los ingresos que contribuyen a o ingresan en el país para generar bajos impactos sobre el medio ambiente y cultural local, permitiendo de esta forma la utilización de recursos que están a su disposición y obtener mayores resultados a través de la menor cantidad de recursos permitiendo ejecutar aquellas actividades que ayudaran al país alcanzar las metas que se proponen lograr en el turismo.

Las características y los retos que afronta el Turismo Sostenible y deben estar relacionados con:

- Modelos de consumo, atendiendo especialmente a la estacionalidad y al tipo de turismo.
- b. Modelos productivos, teniendo en cuenta la oferta y los destinos turísticos. Compatibilizar la industria turística y la protección del medio ambiente ha de ser el principal objetivo del Turismo Sostenible.

La OMT (2014), plantea el concepto de Desarrollo Sostenible del turismo, en base a los siguientes puntos:

- Busca la manera de que la actividad económica mantenga o mejore el sistema ambiental.
- Asegure que la actividad económica mejore la calidad de vida de todos, no sólo de unos pocos selectos. Con los siguientes aspectos tales como:
- El uso de los recursos eficientemente.
- Promueve el máximo de reciclaje y reutilización de los productos que ya casi no se utilizan.
- Pone su confianza en el desarrollo e implantación de tecnologías limpias.
- Restaura los ecosistemas dañados por las personas que realizan esta actividad.
- Promueve la autosuficiencia regional.

Con la finalidad de certificar la referida coyuntura y coherencia se han examinado, además de la instancia nacional de planificación, cuyo instrumento es el Plan Nacional para el Buen Vivir, tres instancias adicionales:

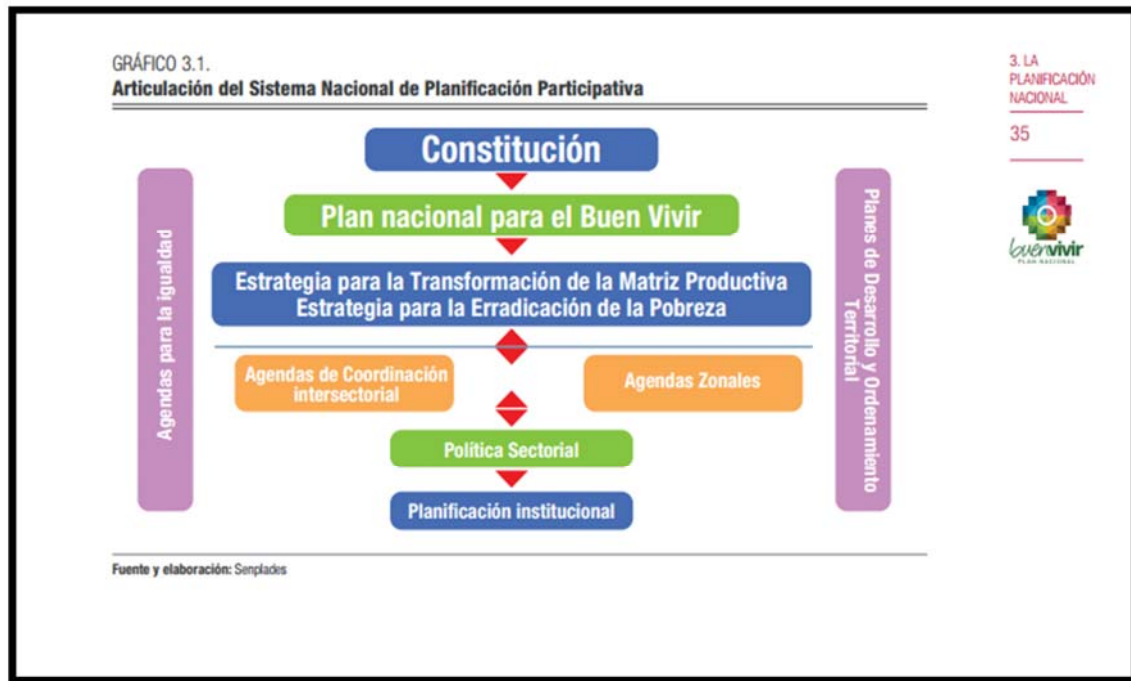


GRÁFICO 1. Articulación del Sistema Nacional de Planeación Participativa. Fuente y elaboración: Senplades

De manera semejante a la enunciación de la política nacional, se transformaron dos herramientas que forman parte integral y que proveen criterios claros para la ejecución de estas políticas en el territorio: la Estrategia Territorial Nacional y las agendas zonales. La Estrategia Territorial Nacional es un instrumento de sistematización territorial con carácter nacional, que contiene lineamientos para el temporal, mediano y extenso plazo. Instituye discernimientos, líneas y guías de acción sobre la programación real del territorio y sus patrimonios naturales, sus grandes recursos, el progreso, de los movimientos económicos, la protección y la preservación del patrimonio natural y cultural. De este modo, que el Plan considera de representación general e integral al territorio.

Al Tratar de estos dos temas de gestión implica reconocer en primer lugar el distinto nivel, a partir múltiples perspectivas, al desconocer estas diferencias de los ámbitos de gestión se podría llegar a conclusiones tan simples como que la interacción cultura/turismo pasaría, tan solo, por un intercambio tecnológico y una colaboración entre distintos colectivos profesionales. Seguidamente se camina al proceso en sí, de

gestión turística con enfoque comunitario, donde se exponen dos funciones clave: Gestión cultural, Gestión turística:

En la Gestión cultural: parte como una dinámica propia, en la que el éxito profesional no se mide por número de visitantes o por las cifras de rentabilización económica de los activos culturales.

En la Gestión turística: parte de forma inmersa como en un remolino de cambios tecnológicos y de hábitos de consumo, aunque las metodologías extractivas, de beneficio a corto plazo, son absolutamente sublimes. Hace del estilo de gestión turística mayoritario en la actualidad, un serio riesgo para una perspectiva de desarrollo sostenible del turismo en el planeta.

Las estrategias en este período se apoyan en muestras ecoturísticas, considerando que la utilización método de recursos sea un efecto positivo de una composición natural para la comunidad en la que se rige estos sistemas de conservación para los patrimonios culturales de la región.

El paradigma comunitario facilita concebir el eco turismo con todos sus elementos beneficiosos que se aplicaran.

Como salida a este último empleo se pueden establecer varios indicadores, que harán una mayor denotación el éxito del proceso.

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Ventajas del modelo de gestión de la producción turística con enfoque comunitario para el desempeño de pequeñas y medianas empresas (PYMES) turísticas.

- es un modelo con una búsqueda en la paz entre los pueblos que buscan un nuevo orden universal basado en la justicia social, por el simple hecho de compartir en un momento específico juntos.
- contribuye a la preservación de todos los recursos naturales y ambientales.
- permite un fortalecimiento étnico y cultural.
- posibilita un mejoramiento de las comunidades que viven en pobreza.
- conduce en lo cultural y favorece las experiencias y encuentros interculturales entre los Turistas-Comunidad.

Conclusiones

Con lo antes mencionado la aplicación del Modelo de gestión turística con un enfoque al desarrollo del turismo comunitario para las PYMES turísticas, pretende generar aptitudes efectivas hacia la gestión cultural del turismo.

Los miembros que realizan la unificación de los diferentes actores que permiten desarrollar la formación del medio ambiente en la gestión comunitaria de las empresas turísticas, podrán obtener diversos conocimientos que les permitirán crear estrategias en un ámbito de gestión turística con un enfoque sustentable.

Bibliografía

MINISTERIO DE TURISMO, “Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”, Diciembre 2007, p.23.

SUSTAINABLE TOURISM, 2012, Training the Trainers Programme, UNESCO Regional Bureau of Science, and Culture in Europe (BRESCE), pp.33-4.

Gustavo J. Segura; PLANDETUR 2020 Plan de Acciones Transversales STEP – OMT – PNUD

Berroterán, M., González, Y. (2010) Valoración económica del paisaje para la gestión sostenible del área de playa puerto viejo, municipio Gómez, estado nueva Esparta. Venezuela. Gest. Tur, N° 13, Jun. 2010, 63-91
DOI:10.4206/gest.tur.2010.n13-03

MINISTERIO DE TURISMO, “Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”, Diciembre 2007, p.23.

GUERREIRO MARCÓN, E. M. (2012). “O Turismo comunitario como agente de desenvolvimento social e a comunidade Guarani nas Ruínas Jesuíticas de São Miguel das Missões” Revista de Turismo y Patrimônio Cultural, vol. 5, págs. 343-352, ISSN: 1695-7121.

LÓPEZ GUZMÁN T. Y SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. M. (2014). “Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso de Nicaragua”, Cuadernos de Desarrollo Rural, nº 6, págs. 81-97. ISSN: 0122-1450.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013 Quito, Ecuador (primera edición, 11 000 ejemplares)

Martha Honey y David Krantz, 2012 Center for Responsible Travel (CREST) Modelos Alternativos de Desarrollo y Buenas Prácticas para el Turismo Costero Sostenible

Anon, (2017). [online] Available at: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/diaz_v_dp/capitulo2.pdf [Accessed 19 Jan. 2017].

<http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism> Definición tomada del sitio oficial da International Ecotourism Society (inglês) 24-12-2007

Ecotourism Society. (24 de 12 de 2007). Obtenido de <http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>

Falconí, f. (14 de 3 de 2013). plan nacional del buen vivir.

Plan nacional del buen vivir. (16 de 7 de 2013). Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%20013-2017.pdf>

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del
Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

EL TURISMO UNIVERSITARIO INTERNACIONAL COMO FENÓMENO SOCIO-CULTURAL EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA, ARGENTINA

Eugenia Perona:

Investigadora, Universidad Empresarial Siglo XXI, Argentina. Email:
eugenia.perona@gmail.com

Efraín Molina:

Docente-Investigador, Universidad Empresarial Siglo XXI, Argentina. Email:
emolinaromano@gmail.com

Ignacio Najle:

Investigador Adscripto, Universidad Empresarial Siglo XXI, Argentina. Email:
IgnacioNajle@hotmail.com

Resumen:

La Ciudad de Córdoba, Argentina, ofrece cuantiosas oportunidades de turismo cultural. En la presente ponencia se examina el sector del "turismo académico", en referencia a los estudiantes internacionales que visitan la ciudad durante uno o dos semestres, con el objeto de realizar cursos de grado, posgrado, o idioma español. Córdoba posee excelentes recursos para el turismo académico debido a la presencia de numerosas universidades con una larga tradición y prestigio. El turismo de estudiantes universitarios extranjeros en Córdoba ha crecido en forma muy significativa en los últimos años, contribuyendo dichos estudiantes internacionales al desarrollo turístico de la región de un modo muy especial, que sin dudas ha tenido impactos de índole socio-cultural. A pesar de su relevancia y notable crecimiento, el turismo universitario internacional en Córdoba ha sido muy poco estudiado por lo que el presente trabajo intenta, mediante la recopilación de datos y trabajo de campo, iniciar la investigación y discusión sobre el tema. En las distintas secciones del artículo se abordan datos cuantitativos y cualitativos del turismo universitario extranjero, así como su impacto en la cultura y el ambiente ciudadano de Córdoba.

Palabras clave: turismo académico; turismo cultural; turismo universitario internacional; aspectos socio-culturales del turismo; Córdoba- Argentina

El turismo universitario internacional como fenómeno socio-cultural en la ciudad de Córdoba, Argentina

Eugenia Perona, Efraín Molina, Ignacio Najle

1. Córdoba como destino turístico: ubicación y consideraciones generales

La provincia de Córdoba está situada en el centro de Argentina. Las zonas sur y este son dedicadas principalmente a la agricultura para exportación, la ganadería y la industria. La zona del oeste es montañosa, con numerosos valles, ríos y lagos de particular belleza natural. Tanto en esta región como en el norte de la provincia, tiene lugar una intensa actividad turística. A ello se suma la Ciudad de Córdoba – capital provincial – que después de Buenos Aires constituye una de las dos urbes más grandes del país.

Dos conceptos clave resumen las características de Córdoba como destino turístico: i) su *diversidad* y ii) su *importancia* dentro del turismo a nivel nacional. Después de la costa atlántica en la provincia de Buenos Aires, Córdoba es el segundo destino turístico de mayor trascendencia en Argentina. Este es un hecho poco conocido internacionalmente dado que Córdoba es en gran medida un destino doméstico (MINTUR, 2012).

Otros destinos dentro de Argentina, como las Cataratas del Iguazú, el Parque Nacional Los Glaciares, los Caminos del Vino en Mendoza, o la Quebrada de Humahuaca; cuentan con una considerable exposición internacional. Sin embargo, por su volumen y capacidad, el movimiento turístico en Córdoba es mucho más intenso. Córdoba recibió en 2012 alrededor de cuatro veces más visitantes que Iguazú, Mendoza y Salta; y diez veces más que Calafate (INDEC, 2012). Comparando por regiones, la provincia de Córdoba por sí sola, alcanza un número de plazas y de visitantes similar a todo el Litoral, Cuyo, Norte, o Patagonia.

El otro concepto clave que caracteriza a Córdoba como destino turístico es su diversidad, así como la variedad de productos turísticos que ofrece. El turismo al aire libre ocupa un lugar prominente, ya que la geografía y los paisajes cordobeses son propicios para el turismo aventura, el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de salud.

En lo que se refiere más específicamente a la presente ponencia, Córdoba ofrece cuantiosas oportunidades de turismo cultural, contando con sitios históricos relevantes como las Estancias Jesuíticas, a lo que se suman museos y sitios arqueológicos. Córdoba es sede de muchos de los festivales más importantes de Argentina, tanto en música – folklore, rock, tango – como en gastronomía. El turismo cultural comprende incluso posibilidades no convencionales como el “fenómeno OVNI” en la zona del Cerro Uritorco, donde numerosos visitantes nacionales e internacionales se dan cita para celebrar eventos astronómicos.

También en lo social y cultural, Córdoba es sede de diversos juegos y torneos deportivos. Posee una amplia oferta de circuitos de golf, e innumerables posibilidades para el *trekking* y el montañismo. Se destacan además el turismo cinegético, la pesca deportiva, y la organización de competencias automovilísticas que atraen a miles de turistas cada año.

Un segmento que ha estado en franco crecimiento durante la última década es el turismo académico en la Ciudad de Córdoba. La ciudad es sede de varias instituciones de estudios superiores de larga tradición y prestigio, entre las que sobresale la Universidad Nacional de Córdoba. Fundada por los jesuitas en 1614, dicha casa de altos estudios es la más antigua de Argentina y la tercera más antigua de Sudamérica; siendo la segunda en volumen de estudiantes en el país después de la Universidad de Buenos Aires. Esta característica de la Ciudad de Córdoba – que por su profusión de instituciones académicas es conocida en Argentina como "la docta" – ha llevado a un fuerte desarrollo, entre otros, del turismo de eventos y conferencias, el cual ha crecido notablemente en la pasada década. También se ha incrementado el turismo estudiantil, idiomático y de posgrados, de la mano de una oferta de buena calidad y costos accesibles en comparación con otros destinos.

En adición a lo anterior, Córdoba es una provincia pujante, con un nivel importante de desarrollo industrial y agropecuario, por lo cual recibe numerosos visitantes en plan de negocios o de exposiciones y ferias que se realizan periódicamente.

Los párrafos anteriores permiten apreciar la potencialidad y diversidad que exhibe el turismo en Córdoba. La actividad turística es actualmente la sexta actividad más importante de la provincia, contribuyendo con alrededor de un 7% del producto bruto regional. Con respecto al empleo, distintos estudios han mostrado que los puestos de trabajo en la industria de la hospitalidad (hoteles, bares y restaurantes), ascienden a un 6% del empleo en Córdoba (Perona y Molina, 2016). A los fines de dimensionar su importancia nacional puede mencionarse que, en 2014, la provincia de Córdoba dio cuenta de un 13,3% del total de pernотaciones en Argentina y de un 13,6% del gasto turístico en el país (MINTUR, 2014).

La presente ponencia tiene como objetivo examinar el fenómeno de los estudiantes universitarios extranjeros que, cada año en mayor medida, arriban a la Ciudad de Córdoba en busca de la realización de estudios de grado, posgrado, o cursos de idioma español. Éste es un aspecto del turismo provincial que hasta el momento no ha sido estudiado, por lo que el trabajo intenta ser una contribución inicial a las investigaciones sobre el sector. El turismo universitario extranjero en Córdoba sin dudas constituye una de las posibilidades de turismo alternativo, menos relevante en volumen que el turismo activo y natural, pero con un enorme potencial de crecimiento de cara al futuro. Asimismo, se considera que es un tipo de turismo al cual debe prestársele atención ya que uno de los problemas del turismo en Córdoba es su alta estacionalidad y su dependencia del turismo doméstico (Perona, Molina y Wasilcov, 2016). El turismo académico internacional es estable a lo largo del año y aporta divisas en términos de turismo receptivo. Por otra parte, el volumen sostenido de estudiantes extranjeros ha traído aparejados impactos socio-culturales para la ciudad de Córdoba, la población y las universidades locales, debiendo adaptarse los distintos servicios a la presencia continua de visitantes jóvenes del exterior.

En las siguientes secciones se busca conocer con mayor detalle las características y expectativas de los estudiantes extranjeros y el turismo académico en la ciudad de Córdoba. Como se afirmó arriba, se trata de un grupo de turistas y de un producto turístico sobre el cual se conoce poco, por lo que el trabajo resulta un aporte novedoso a la generación de información sobre este conjunto de visitantes. La investigación se basa en un trabajo de campo de tipo exploratorio, que permitió recabar datos mediante entrevistas y cuestionarios, arribando a conclusiones cualitativas interesantes acerca del fenómeno de los estudiantes extranjeros en Córdoba.

2. El turismo universitario extranjero en Córdoba: planteo y metodología de trabajo

La ciudad de Córdoba alberga un grupo de gente joven que ha crecido en forma significativa en los últimos años. Son los estudiantes universitarios extranjeros, quienes como visitantes, contribuyen al desarrollo del movimiento turístico de un modo especial. Córdoba posee un muy buen posicionamiento en el turismo académico debido a la presencia de universidades, que lleva en forma complementaria a que se materialicen congresos, simposios, jornadas y eventos formativos en general. Se suman los estudiantes de intercambio, y los cursos de idioma, todo lo cual ha ido creciendo y fortaleciéndose en el transcurso de los últimos años.

En las siguientes secciones se busca conocer algunas de las características y expectativas de los estudiantes extranjeros que arriban a la ciudad de Córdoba, considerándose que es importante generar información para que quienes los reciban puedan brindarles una atención más adecuada. De este modo se podrán incrementar los niveles de satisfacción y provocar un efecto multiplicador que continúe potenciando la llegada de visitantes.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en la última década 3,6 millones de personas estudiaron más de un año fuera de sus países de origen y se espera que para 2020 la cifra supere los 6 millones (UNESCO, 2015).

A nivel latinoamericano, Argentina constituye un destino interesante en cuanto a la recepción de estudiantes internacionales. No es sencillo contar con datos fehacientes sobre la población estudiantil foránea, dado que no existen relevamientos estadísticos apropiados.¹ Por tal motivo, aquí se trabajará con datos aportados por las mayores universidades de la ciudad de Córdoba, obtenidos mediante entrevistas a los responsables de relaciones internacionales de cada una de ellas.

La presente investigación llevó también a desarrollar un trabajo de campo, de tipo exploratorio, para recabar datos que de otra manera no están disponibles. Esta información se utiliza para corroborar o refutar muchas de las hipótesis propuestas, permitiendo arribar a conclusiones cualitativas interesantes para lograr una mejor caracterización y comprensión del fenómeno de los estudiantes extranjeros.

El relevamiento involucra a estudiantes internacionales que realizan carreras de grado y posgrado, no contemplando a quienes realizan tecnicaturas, cursos u otro tipo de actividades que no se incluyen en el marco de la educación universitaria. Específicamente, el caso de estudio abarca cinco universidades: Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Universidad Tecnológica Nacional (UTN), Universidad Católica de Córdoba (UCC), Universidad Blas Pascal (UBP) y Universidad Empresarial Siglo 21 (UES21).²

En la siguiente sección se presentan datos cuantitativos referidos a estudiantes extranjeros en Córdoba en cada una de las universidades citadas y se describe el origen de los estudiantes por procedencia geográfica, así como un análisis de las erogaciones y consumos básicos en los que debe incurrir un estudiante para establecerse en la ciudad. Posteriormente se presentan los atractivos turísticos de Córdoba que resultan visitados en mayor medida por los estudiantes internacionales y se aborda el tema del *marketing* del turismo estudiantil, a partir

¹ Según la UNESCO, la mayoría de los países latinoamericanos no cuenta con estadísticas oficiales sobre la cantidad de estudiantes extranjeros.

² Se agradece a los responsables de las cinco universidades consultadas: Carla Allende, Ana Roqué, Guillermo Badenes, Daniel Roura y Milton Escobar, junto a sus colaboradores, por el valioso aporte de información, críticas y opiniones vertidas.

de las acciones llevadas a cabo por las propias universidades y por organismos gubernamentales de la esfera provincial. Hacia el final de la ponencia se comentan los resultados de entrevistas realizadas a una muestra de estudiantes internacionales respecto de su experiencia en Córdoba. Finalmente, se exponen algunas conclusiones sobre el turismo universitario en Córdoba, de cara al futuro cercano.

3. Estudiantes extranjeros: características y datos relevantes

Cada vez mayor cantidad de estudiantes internacionales eligen Argentina para desarrollar su carrera académica y el perfil de todos ellos es muy similar. Los estudiantes extranjeros se concentran en una franja etaria de 21 a 25 años y el número de mujeres es levemente inferior al de varones, dado que estos últimos parecen más seguros de tomar la iniciativa y elegir al país como destino. Las leyes migratorias de Argentina constituyen un gran incentivo, en especial para los estudiantes latinoamericanos que enfrentan dificultades para obtener visas o residencias en otras naciones como Estados Unidos y los países europeos. Debido a los acuerdos del Mercosur, en Argentina es relativamente sencillo obtener una residencia temporal que permite trabajar en forma legal. Ello hace posible combinar el estudio con la realización de trabajos temporarios para cubrir los gastos de estadía.

Las cinco universidades consultadas aseguraron que la edad promedio de los estudiantes ronda los 22 años. El tiempo promedio de estadía es de ocho meses y en su mayoría los visitantes permanecen sólo un semestre.

Tomando como referencia el Programa de Estadísticas Universitarias de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), en dicha institución se evidencia un aumento significativo en el volumen de estudiantes extranjeros, tanto en estudios de grado como de posgrado. Dicho incremento se cuantifica en un 25% anual sostenido hasta el año 2011, disminuyendo levemente en los últimos años. Se destaca específicamente el aumento de alumnos provenientes de Francia, Brasil y Colombia.

Comparando los años 2008 y 2009, el incremento es del 24% y del 100%, en alumnos de grado y posgrado, respectivamente. En 2009 la UNC recibió 856 alumnos de grado y 153 de posgrado (29 de doctorado, 54 de maestría y 70 de especializaciones). De acuerdo con las últimas estadísticas de 2015, los alumnos extranjeros de grado en la UNC ascendieron a 1928, es decir, un incremento del 125% desde 2009 (PEU, 2015). Esta misma casa de estudios estima en un centenar a los alumnos extranjeros que abordaron cursos cortos o pasantías.

La Universidad Blas Pascal es un claro ejemplo de que se logran buenos resultados si se construyen programas convenientes para estudiantes extranjeros. Desde su Centro de Relaciones Internacionales (CRI) han apostado fuertemente por el intercambio estudiantil y lo reflejan en números: entre el año 1996 y el 2006, el promedio de estudiantes extranjeros que esta universidad recibía por año era sólo de 26 alumnos. Pero a partir del año 2007, ese número creció más de un 650%. En los últimos 6 años, el promedio anual es de 170 alumnos foráneos.

Por su parte, desde la Universidad Tecnológica Nacional aseguran que también se ha incrementado el número de estudiantes internacionales, aunque sin proporcionar cifras cuantitativas. La Universidad Siglo 21 reconoce un crecimiento notable y destaca el aumento en la proporción de alumnos europeos respecto de los latinoamericanos. Mientras tanto, la Universidad Católica de Córdoba informa que la mayoría de sus alumnos internacionales son estudiantes latinoamericanos.

La explicación de por qué Córdoba se está transformando en una ciudad cosmopolita en cuanto a la población estudiantil encuentra consenso entre las autoridades universitarias. La oferta educativa de alta calidad en estudios superiores, unido a los bajos o nulos costos de la matrícula (para el caso de las universidades nacionales), resultan una oportunidad muy atractiva para los jóvenes universitarios de todo el mundo.

Algunas de estas experiencias se sintetizan de boca de los propios estudiantes. Roxana Anaya, de México y estudiante de Cine y Televisión, comenta: *“Elegí la Universidad Nacional de Córdoba por amigos que vinieron antes y me recomendaron la Universidad, la gente, la ciudad, y todo lo demás”*. Por su parte, Will Sansom, de Inglaterra, estudiante de Literatura Latinoamericana, expresa: *“Hay un convenio de la Universidad de Córdoba con mi universidad en Inglaterra, y además quería conocer Argentina. Trataré de aprender más y perfeccionar mi español”*.

Otra de las razones por las que ha aumentado el número de alumnos extranjeros en Córdoba, ha sido la flexibilización de los planes de estudio locales. El reconocimiento de lo cursado y aprobado en las universidades de origen es generalizado y es relativamente simple coordinar la acreditación de los contenidos aprendidos. El dejar de lado la rigidez estructural de los programas académicos ha fomentado la movilidad internacional y esto es clave en el interés del alumno por viajar y estudiar en otro país. Lo anterior fue confirmado por las universidades consultadas, que aseguran que las instituciones de origen de las cuales provienen los alumnos reconocen, en general, entre el 90% y el 100% de lo acreditado en Córdoba.

3.1. Procedencia de los estudiantes extranjeros

La nacionalidad de los alumnos varía en gran medida dependiendo de la universidad. En la Universidad Nacional de Córdoba, según el Anuario Estadístico 2014, el total de alumnos foráneos en dicho periodo incluyó a 302 estudiantes europeos, 30 asiáticos y 4 africanos. Lo anterior contrasta con 716 peruanos, 252 bolivianos y 244 chilenos (PEU, 2014). Dichos guarismos aumentaron levemente en 2015, cuando se contabilizaron 317 alumnos europeos, 31 asiáticos y 5 africanos; en adición a 795 peruanos, 280 bolivianos y 264 chilenos (PEU, 2015). Cabe destacar que en este último periodo, el número de estudiantes provenientes de "otros" países latinoamericanos, no limítrofes con Argentina, ascendió a 451 personas.

Tabla 1. Origen de los estudiantes por procedencia geográfica y por universidad

Universidad	Procedencia
Universidad Nacional de Córdoba	Perú, Bolivia, Chile, Alemania, EEUU, México, Brasil, Francia, España y Colombia
Universidad Blas Pascal	EEUU (75%) – Resto: México, Colombia, Bolivia, Brasil, Alemania, Francia, Austria, Suecia y Japón
Universidad Católica de Córdoba	Chile, Ecuador, Colombia, México, EEUU, Alemania, Francia, Italia, España y Austria
Universidad Tecnológica Nacional	Alemania, Francia, España y Austria
Universidad Empresarial Siglo 21	América Latina en un 70%

Fuente: Elaboración propia en base a datos suministrados por las universidades.

En la Universidad Blas Pascal el 75% de los alumnos extranjeros son estadounidenses y el restante 25% se reparte entre América Latina (México, Colombia, Bolivia y Brasil), Europa (Alemania, Francia, Austria y Suecia) y Japón. En la Universidad Tecnológica Nacional son Alemania, Francia, España y Austria las principales procedencias. Esta última casa de estudios reconoce un fuerte aumento en la cantidad de alumnos extranjeros, pero afirma que las procedencias más populares siguen siendo las mismas. La Tabla 1 sintetiza el origen de los estudiantes internacionales, por Universidad y según su origen geográfico.

Una pregunta interesante en este punto es: ¿se modificó la procedencia de los estudiantes o sigue siendo similar a la que existía años atrás, en la década de los '90? La realidad es que ha cambiado y seguirá cambiando en función de los convenios que se celebren entre universidades cordobesas y extranjeras. Pero también se encuentran presentes otras variables de índole económico y social. Así por ejemplo, el incremento exponencial de europeos en Córdoba se explica por la variación en el tipo de cambio en los últimos años, que ha sido favorable para ellos y ha potenciado el atractivo de nuestro país como destino de una experiencia universitaria internacional. Es muy frecuente que los estudiantes cordobeses conozcan al menos a un alumno francés o alemán que estudie en la ciudad, siendo estas dos nacionalidades las de mayor crecimiento en los últimos 20 años.

El idioma parece no ser un impedimento en general para los europeos. Las universidades consultadas aseguran que el nivel de castellano de los alumnos se puede situar en un rango de entre 5 y 6 puntos sobre 10. Se pueden diferenciar dos grupos: los que vienen con un muy buen nivel de español y que generalmente estudian lenguas, y los que casi no lo han estudiado y se abocan a las denominadas ciencias “más duras” como el caso de las ingenierías.

El nivel de idioma exigido por las universidades es en general básico y la mayoría de los alumnos que no provienen de países hispanohablantes, no continúan sus cursos de español en nuestro país. Los profesores identifican a los alumnos extranjeros y les brindan atención adicional para que puedan canalizar sus dudas de manera particular, dada la dificultad de estudiar con un nivel de exigencia de moderado a alto, sumado al cursado en otro idioma diferente al nativo.

¿Por qué los estudiantes eligen a la ciudad de Córdoba como destino? De acuerdo con los testimonios obtenidos, se tiene que una gran parte lo hace por recomendación. Para otros, Córdoba es la segunda opción, después de Buenos Aires. Lo cierto es que también existen muchos convenios entre las universidades locales y numerosas casas de estudios extranjeras, que posibilitan una reciprocidad muy positiva en términos de intercambio. Como ejemplo de lo anterior podemos citar a la UNC, que ha firmado más de 270 convenios de cooperación internacional. Ello es un factor fundamental para determinar la cantidad de alumnos que aprovechan las oportunidades de viajar, aprender y conocer otras culturas.

3.2. Incidencia de gastos y consumos en la decisión de estudiar en Córdoba

La percepción de Argentina como un país barato para la educación superior algunas veces contrasta con la imagen que se llevan los estudiantes extranjeros a su regreso.³ Estos estiman que los costos de alojamiento y manutención son similares a los de su país de origen, excepto

³ Para las universidades con convenios de intercambio internacional los costos de matriculación y cursado son nulos, lo cual se da en las cinco casas de estudios consultadas. Este beneficio, generalizado en la mayoría de los programas de intercambio internacional, permite que el alumno pueda elegir el destino con libertad, para viajar y estudiar en casi cualquier parte del mundo.

los correspondientes a estudios, transporte y esparcimiento. Como referencia de lo que sucede a nivel nacional, Liz Olave, una colombiana de 36 años que se encuentra cursando un doctorado en Ciencias Políticas en la Universidad Nacional de San Martín, en Buenos Aires, dijo a BBC Mundo: *“Si bien el costo de la educación es menor en Argentina, otros gastos, en especial los alquileres, son carísimos, así que al final uno termina gastando más o menos lo mismo que gastaría en Colombia, pero aquí se obtiene una experiencia más enriquecedora”* (BBC MUNDO, 2013).

Con respecto al alojamiento en Córdoba, las opciones, así como sus costos, son variadas. Algunos programas especiales buscan alojar a los estudiantes en casas de familia favoreciendo la asimilación de la cultura local y el aprendizaje del idioma mediante la interacción con residentes. Generalmente se incluyen las comidas y el costo total ronda los US\$150 mensuales. Entre las opciones de alojamiento más frecuentadas puede mencionarse a las residencias estudiantiles, que hospedan tanto a estudiantes argentinos como extranjeros, presentándose como una excelente alternativa ya que en general no se firman contratos como en el alquiler de apartamentos y ofrecen mayores libertades al estudiante. No obstante, tienen un precio algo más elevado que el de las casas de familia.

Los apartamentos constituyen la opción elegida por quienes estudian en universidades muy alejadas del centro de la ciudad, o por quienes vienen en pareja, firmando contratos temporarios. No es lo más recomendable para estudiantes internacionales, complicándose aún más si el manejo del idioma es escaso. Al momento de la realización de este estudio, el alquiler de un departamento de un dormitorio rondaba los US\$300 mensuales.

4. Atractivos turísticos y culturales como imán para los estudiantes extranjeros

Una de las atracciones más importantes de la Ciudad de Córdoba es, sin dudas, el Paseo de las Artes. Los extranjeros disfrutan de las artesanías expuestas y los bares que ofrecen una interesante diversidad a lo largo de la calle Belgrano. Otra visita obligada son los museos, principalmente el Palacio Evita (ex Ferreyra), el Museo Caraffa y el de Ciencias Naturales. Para la visita a la zona de la Manzana Jesuítica y el Cabildo, que generalmente se realiza en los primeros días de estadía en Córdoba, es importante contar con un guía para el recorrido. Es esencial que los guías incluyan explicaciones en inglés, idioma con el que están familiarizados los estudiantes europeos y de países no latinoamericanos. Este es un sentido en el que la presencia de estudiantes internacionales ha afectado la cultura y los servicios ofrecidos al turista ya que, en general, no era fácil encontrar guías locales en idiomas extranjeros.

A los fines de este trabajo se realizó un relevamiento a una muestra de ochenta estudiantes extranjeros en la Ciudad de Córdoba, consultándoles, entre otras cosas, por las actividades que realizan en su tiempo libre y la incidencia de los atractivos turísticos como razón para haber elegido estudiar en la ciudad. A partir de las respuestas, es interesante notar que los destinos del interior provincial recorridos por los visitantes universitarios internacionales son, en general, muy similares. Típicamente se sienten atraídos por Alta Gracia, La Falda, Villa General Belgrano y Capilla del Monte. Muchos también eligen la Quebrada del Condorito para actividades de *trekking*.

La característica en común que presentan estos destinos es la corta distancia a la ciudad capital. Los estudiantes no acostumbran a realizar grandes recorridos dentro de la provincia, principalmente debido a la escasa información turística con la que cuentan. Más del 70% busca sólo caminatas y escaladas de baja dificultad.

Los alumnos entrevistados manifestaron no consultar a las oficinas de turismo, por lo que sería recomendable que los organismos provinciales y municipales pertinentes proveyeran a las universidades de material de promoción respecto de zonas más alejadas de la ciudad capital. Entre ellas pueden incluirse Cerro Colorado, Mar Chiquita, San Marcos Sierras y muchos otros destinos. Muchos estudiantes internacionales también afirman desconocer el Camino Real, un ícono del turismo cultural e histórico de Córdoba y Argentina.

¿Cuál es el motivo por el que a los estudiantes foráneos no les entusiasma solicitar información? Una razón posible, sobre todo en el caso de los europeos, es que casi siempre llegan al país munidos de guías de turismo publicadas por editoriales internacionales, que son referentes indiscutidas en literatura de viajes, brindando datos precisos y completos sobre las distintas regiones del país. Animados por dicha información, usualmente prescinden del asesoramiento de expertos y nativos.

En el interior provincial, Córdoba cuenta con estancias ricas en historia y con precios atractivos teniendo en cuenta la infraestructura y la gastronomía que ofrecen. Son destinos poco concurridos por los estudiantes universitarios internacionales, por falta de información y porque convocan en mayor medida a parejas y un público adulto.

Evidentemente, el turismo estudiantil universitario extranjero se comporta de manera muy diferente al turismo extranjero de adultos. El mayor poder adquisitivo de estos últimos se refleja en el consumo general y los viajes. Fuera de Córdoba, los estudiantes usualmente visitan las Cataratas, Salta, Mendoza y algunos la Capital Federal, diagramando sus recorridos por medios propios previa consulta en internet.⁴

Les atrae mucho la Patagonia pero la reconocen como un destino poco accesible debido a los costos. Sin embargo, viajan a Chile (Valparaíso y Santiago), Bolivia (La Paz) y Perú (Machu Picchu). En menor medida lo hacen a Brasil por ser considerado también un destino relativamente oneroso.

Los eventos como la Fiesta de la Cerveza (Oktoberfest) que tiene lugar en una colonia alemana y Cosquín Rock no les atraen significativamente. El primero arrojó una baja adhesión entre los estudiantes consultados, mientras que en el segundo, sólo uno de cada diez alumnos afirma haber concurrido. A nivel de los barrios de la ciudad, los más conocidos son: Nueva Córdoba, Güemes, General Paz, Chateau y Alta Córdoba, en ese orden.

Un párrafo aparte merece la caracterización de los estudiantes provenientes de Estados Unidos. El consumo de este grupo es mucho mayor que el del promedio de los alumnos europeos o latinoamericanos. A los estudiantes estadounidenses les gusta salir a comer a restaurantes, disfrutan de los deportes extremos y consumen en sus actividades nocturnas muy por encima del resto. La filosofía y los patrones de consumo que tienen son ciertamente diferentes a los de otros estudiantes.

⁴ Al encontrarse establecidos en un lugar fijo, los estudiantes extranjeros actúan como agentes multiplicadores del turismo, porque al recibir visitas de familiares o amigos, les ofrecen recorridos por la ciudad en la que residen y organizan viajes por otros atractivos turísticos del país.

5. El *marketing* del turismo estudiantil en Córdoba

La promoción de la educación superior como un producto turístico presenta márgenes para mejorar. Según el Anuario Estadístico de la UNC, los extranjeros representaban el 2,5% del total de estudiantes de grado en el año 2014. Las carreras más elegidas fueron las relacionadas con las ciencias médicas, seguidas por las ingenierías, artes (particularmente cine), derecho y ciencias sociales, filosofía y humanidades (PEU, 2014).

Diez años antes, en 1994, también en la UNC y según estadísticas oficiales, el porcentaje de estudiantes extranjeros fue ligeramente inferior: 1,3%. Pero en ese año la población estudiantil de grado era de 87 mil alumnos y en el 2014 cercana a los 111 mil. En otras palabras, la cantidad de estudiantes extranjeros ha aumentado su participación respecto de los estudiantes nacionales, pero su incidencia sigue siendo relativamente baja.

Como se afirmara anteriormente, en la UNC hay un número sustancial de estudiantes extranjeros latinoamericanos, predominando los peruanos, bolivianos, chilenos y paraguayos, con menor presencia de alumnos brasileños. El motivo de la ausencia de un importante número de estudiantes brasileños en las universidades cordobesas no es del todo claro, conjeturándose que estos alumnos manifiestan una preferencia por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En este sentido, Córdoba tiene una importante oportunidad de promoción educativa en el país vecino.

Existen, sin embargo, otros factores clave para el desarrollo de este tipo de turismo. Por ejemplo, el apoyo gubernamental (municipal, provincial y nacional) fue y es fundamental para el fortalecimiento de los programas que llevan adelante las universidades. Todas ellas reconocen la activa participación del gobierno nacional en la promoción universitaria en el extranjero, fundamentalmente a través del Programa de Promoción de la Universidad Argentina de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación, con participación en ferias internacionales, difusión del consorcio ELSE (Español Lengua Segunda o Extranjera) y CELU (Certificado de Español: Lengua y Uso), así como apoyo económico a misiones editoriales universitarias que buscan promocionarse en el exterior.

Existe una opinión generalizada entre los estudiantes entrevistados en cuanto a la falta de apoyo del gobierno municipal, el cual no colabora con las universidades. Sin embargo, reconocen algunas acciones del gobierno provincial a través de planes de la Agencia Córdoba Turismo y la Agencia Pro-Córdoba. Estas áreas deberían profundizar la comunicación y cooperación con las casas de estudio, ya que son en parte responsables de ofrecer una atención de calidad a los jóvenes extranjeros que confían en Córdoba para continuar con su formación.

Todas las casas de estudio reconocen colaboración entre ellas y un fortalecimiento respecto de su inserción en el exterior, con participación en redes internacionales y misiones académicas. La UNC ha incorporado en su página web una sección específica destinada a extranjeros (<https://www.unc.edu.ar/extranjeros/>), donde promueve un nuevo curso intensivo de idioma español en el verano del hemisferio norte, así como la posibilidad de realizar carreras de grado, posgrado, o estancias de un semestre en la institución.

5.1. La experiencia personal y la difusión boca en boca

Prácticamente la totalidad de los estudiantes internacionales entrevistados afirma que volvería a Córdoba o Argentina. La visión general que obtienen luego de su experiencia en el país es significativamente positiva y esto se refleja en el interés por volver y el importante efecto dominó que producen las recomendaciones a familiares y amigos. Muchos de quienes llegan a Córdoba lo hacen referenciados por colegas que ya estuvieron en el país y han fotografiado gran parte del territorio, animando a otras personas a viajar a través de las imágenes y el relato de sus experiencias de vida.

La Tabla 2 indica el nivel de satisfacción de los estudiantes al ser consultados sobre diferentes tópicos referidos a su estadía en la ciudad de Córdoba. Asimismo, los estudiantes hicieron expresa mención de la importancia de la participación en redes universitarias internacionales que favorezcan el intercambio estudiantil, así como la existencia de convenios de cooperación entre universidades.

Tabla 2. Nivel de satisfacción de los estudiantes

Tópico	Satisfacción
	<i>Escala del 1 al 10, siendo: 1=nada satisfecho y 10=muy satisfecho</i>
Hospitalidad	9,3
Información turística	7,0
Gastronomía	7,9
Entretenimiento	7,8
Paisajes	8,1
Infraestructura	5,8
Alojamiento	7,5
Seguridad	6,0
Limpieza	5,5
Precios	6,2

Fuente: Elaboración propia según datos suministrados por alumnos extranjeros.

Las universidades cordobesas pueden hacer mucho para que la experiencia del estudiante extranjero produzca un efecto multiplicador, y para ello es fundamental que el alumno logre absorber la cultura del país. El nivel de servicios que ofrecen las universidades como actividades complementarias a las curriculares es deficitario, siendo éste un campo interesante para desarrollar nuevas oportunidades.

6. Conclusiones

Córdoba tiene mucho para ofrecer al estudiante universitario extranjero. Existen casas de estudios superiores con excelente nivel académico y docentes comprometidos, accesibilidad a los centros turísticos principales dada su estratégica ubicación en el centro del país, paisajes cercanos de gran atractivo y una población que entiende la importancia del turismo y actúa en pos de una hospitalidad reconocida y comentada por los estudiantes.

Asimismo, el potencial de crecimiento que tiene Córdoba a corto plazo es inmenso. La posibilidad de generar ofertas turísticas especialmente diseñadas para este grupo, que permitan una mejor conexión entre la promoción turística y su destinatario, ampliarían las oportunidades de vincular a la región mediterránea con el mundo. Argentina crece rápidamente en número de estudiantes extranjeros, pero comparándola por ejemplo con

Australia – que según datos proporcionados por la Embajada de Australia en Argentina recibió 600.000 estudiantes en el año 2012 – todavía está muy retrasada en la promoción de este tipo de turismo.

La idea de incentivar a que los estudiantes incrementen su estadía, de seis meses a un año, basándose en el aprendizaje insuficiente del idioma que se logra con sólo un semestre, requiere de un mayor análisis de los planes de estudio y un esfuerzo adicional para adaptar los contenidos. Promover el intercambio en los primeros años de cursado del estudiante de grado hace que esto sea mucho más fácil y rentable, tanto para las universidades como para el estudiante que paga un oneroso pasaje aéreo.

La idea de promocionar las universidades cordobesas en consulados y embajadas argentinas en el extranjero es una posibilidad inmediata. El contacto con representantes en el exterior brindaría seriedad y orientación con un aumento considerable del caudal de alumnos.

Por ejemplo, la Ciudad de Córdoba cuenta con buen posicionamiento turístico en la *web*. La mayoría de los estudiantes utiliza servicios en línea para encontrar alojamiento, ya sea en residencias o compartiendo un departamento con alguien que haya alquilado previamente. Es simple buscar información sobre las universidades y destinos, pudiendo planificar todo el viaje desde internet, que es lo que de hecho sucede.⁵ En este sentido, existe un portal muy novedoso y útil de la Agencia Córdoba Turismo, donde se pueden consultar alojamientos habilitados en toda la provincia y conocer las tarifas actualizadas y discriminadas por cantidad de plazas y períodos del año.

Actualmente, se debe destacar que resulta insuficiente la información en inglés que ofrecen las universidades cordobesas en general. Es importante que el alumno se sienta cómodo y cuente con facilidad para realizar los trámites, conociendo todo lo que puede ofrecerle una universidad en Córdoba. Por ello, si se pudieran destinar secciones de los sitios web tanto de embajadas y universidades a ofertas de grado y posgrado, que sean claras y completas, se produciría un cambio sustancial en la concepción de la educación superior que los estudiantes internacionales tienen de Argentina.

También debiera ser una prioridad que las universidades locales amplíen los convenios con universidades extranjeras, con reconocimiento internacional. La calidad académica es fundamental, pero todo el diferencial que ofrece nuestro país en hospitalidad, costos y facilidad de acceso a estudios superiores debe promocionarse con mayor énfasis. Es fundamental entender que los intercambios son experiencias interculturales y no sólo medios de aprendizaje curriculares. El desafío de las casas de estudio es modificar estructuras y ofrecer programas más formativos en lo cultural y más transformadores desde lo individual. En igual sentido, es conveniente que se simplifiquen los trámites administrativos y sea más personalizada la atención, para que el alumno se sienta acompañado. Si bien todas las universidades aseguran orientación, los alumnos califican como “normal” y “difícil” la realización de trámites, incluso un punto por encima de la dificultad de los estudios en sí mismos.

5 Muchas residencias cuentan con páginas web que permiten conocer las instalaciones del lugar en forma remota, aunque varios estudiantes se han quejado por la diferencia en las imágenes y servicios con respecto a lo que en realidad se ofrece. De aquí la responsabilidad de cada establecimiento en ofrecer fotografías actualizadas, que no induzcan a confusión en los alumnos extranjeros.

El reconocimiento de los estudios en el exterior es más simple de lo que parece. La gran mayoría de los contenidos cursados y aprobados son reconocidos y esto se debe en gran parte a la globalización de los contenidos de las carreras, que ha permitido la nivelación de los conocimientos de estudiantes de distintas partes del mundo, simplificado los planes a nivel estructural, lo que posibilita e incentiva la movilidad internacional.

La articulación entre universidades e incluso la creación de programas conjuntos contribuye positivamente a la calidad de la educación que recibe el alumno y satisface requerimientos laborales muy por encima de lo que se exige en compañías multinacionales.

El desafío de posicionar a Córdoba como epicentro del turismo universitario no es utópico por las características de su territorio y de su gente, sin olvidar que el mercado asiático se encuentra aún sin explotar. Para ello, las universidades tendrán que revisar y corregir las ofertas educativas en las distintas áreas que las conforman, y la Ciudad de Córdoba deberá proyectarse, trabajando para mejorar la calidad y variedad de su infraestructura y equipamiento.

Referencias

BBC MUNDO (2013). Argentina, un imán para los estudiantes extranjeros. En línea: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/05/130524_argentina_estudiantes_extranjeros_vs

INDEC (2012). Encuesta de Ocupación Hotelera. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

MINTUR (2012) *Anuario Estadístico de Turismo 2012*. Buenos Aires: Ministerio de Turismo de la Nación.

MINTUR (2014) *Anuario Estadístico de Turismo 2014*. Buenos Aires: Ministerio de Turismo de la Nación.

PERONA, E.; MOLINA, E.; WASILCOV, T. (2016). Turismo: avances y dilemas en pos de un desarrollo sustentable. En: Perona, Molina y Descalzi (eds.), *El Turismo en la Provincia de Córdoba. Aspectos Económicos y Desafíos para el Desarrollo*. Córdoba: Asociación Cooperadora de la FCE-UNC.

PEU (2014). *Anuario Estadístico 2014*. Programa de Estadísticas Universitarias. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.

PEU (2015). *Anuario Estadístico 2015*. Programa de Estadísticas Universitarias. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.

UNESCO (2015). Global Flow of Tertiary-Level Students. Institute for Statistics. Paris: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional
Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
 (Julio 2017)

DISEÑO DE UNA RUTA CULTURAL. ESTUDIO DE CASO: PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DEL CANTÓN CUMANDÁ (CHIMBORAZO – ECUADOR)

Sofía Andrea Basantes Vinueza¹

Escuela Superior Politécnica de
 Chimborazo sofia.vinueza07@gmail.com

Edison Antonio Chango Agama²

Escuela Superior Politécnica de
 Chimborazo Antuco1991@hotmail.com

Carlos Renato Chávez Velásquez³

Escuela Superior Politécnica de
 Chimborazo renato.chavez@esPOCH.edu.ec

Abstract: The present research proposes the study for the design of a cultural tourist route in the Cumandá canton, province of Chimborazo – Ecuador. It was prioritized as elements for the conformation of the product the intangible cultural attractions. The validation of the situational diagnosis proposed by SENPLADES (2015) was carried out first, then the registration of the intangible cultural attractions, using the methodology proposed by the INPC (2012), after that the diagnosis of the tourist system was made. For the characterization of the demand was used as study universe, the number of national and foreign tourists arriving at the train station in the canton Bucay, this for being a national cultural attraction of high category and close to the study area. Finally, the cultural tourism route was designed, prioritizing the likes of the demand, as well as knowing immaterial cultural attractions. It will examine the proposal of the investigation that projects the linking of several local artisans, to reactivate the social, cultural and economic fields in the study area.

Keywords: Cultural route, intangible cultural heritage, tourist diagnosis, study demand.

Resumen: La presente investigación, propone el estudio para el diseño de una ruta turística cultural en el cantón Cumandá, provincia de Chimborazo – Ecuador. Prevalció como elementos para la conformación del producto, los atractivos de carácter cultural inmaterial. Se ejecutó primero la validación del diagnóstico situacional planteado por SENPLADES (2015), para luego realizar el registro de los atractivos culturales inmateriales, utilizando la metodología propuesta por el INPC (2012), luego, se realizó el diagnóstico del sistema turístico. Para la caracterización de la demanda se utilizó como universo de estudio, el número de turistas nacionales y extranjeros, que arriban a la estación del tren en el cantón Bucay, éste, por ser un atractivo nacional cultural de jerarquía alta, y estar cerca de la zona de estudio. Finalmente, se procedió a diseñar la ruta turística cultural, priorizando los gustos de la demanda, además de conocer atractivos culturales inmateriales. Se examinará la propuesta de la investigación que proyecta la vinculación de varios artesanos locales, para reactivar los ámbitos sociales, culturales y económicos de la zona.

Palabras claves: Ruta cultural, patrimonio cultural inmaterial, diagnóstico turístico, estudio demanda.

Introducción

La actividad turística, tiene un amplio campo de desarrollo en el mundo; tal es la oportunidad de trabajo que se generan a partir de esta práctica, de manera que complementa otros campos de producción del sector empresarial y comercial, representando el 9% del producto interno bruto mundial como efecto directo (OMT, 2015). En el Ecuador el proceso es mucho más

¹ Ingeniera en Ecoturismo, integrante de grupo de investigación referente a temas culturales, naturales y de gestión turística de la ESPOCH. Colaboradora en el INPC regional 3, para la realización de estudios referentes a Patrimonio Cultural Material e Inmaterial.

² Ingeniero en Ecoturismo. Residente del plan de manejo ambiental y arqueológico en la construcción del sistema de transmisión – Taday Bomboiza a 230Kv. Técnico en el proyecto "Diseño de producto turísticos sustentables de patrimonio natural y cultural para la provincia de Chimborazo".

³ Master en Gerencia de Proyectos en Ecoturismo de la Universidad Técnica de Ambato. Experiencia laborar desde las prácticas. Tecnólogo en Construcciones Andinas. Actualmente es docente - investigador de la ESPOCH autor de varios artículos científicos, en la cual imparte varias cátedras referentes a turismo.

extenso, porque al ser uno de los 17 países con más biodiversidad en el planeta (Mintur, 2009), constituye un gran atractivo para el turista internacional y nacional. El ámbito cultural es de igual manera importante, ya que, tenemos 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas originarios, los mismo que permiten una mayor experiencia para todo aquel que conozca el Ecuador (FEPTCE, 2010).

El empleo de las prácticas turísticas, va más allá de vender paquetes y ofertar lugares; el campo laboral requiere de nuevas técnicas de comercialización, así como de salvaguarda (UNESCO, 2010); la elaboración de una ruta cultural, comprende la vinculación del turismo con la experiencia del patrimonio de la zona.

Como sucede con la cultura en general, el patrimonio inmaterial cambia y evoluciona constantemente, y cada nueva generación lo enriquece (INPC, 2013). Muchas expresiones y manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial están amenazadas por la globalización o la falta de difusión, y también por la falta de apoyo, aprecio y comprensión. Si no se alimenta, el patrimonio cultural inmaterial podría perderse para siempre, o quedar relegado al pasado (UNESCO, 2003).

Para salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial necesitamos medidas distintas de las destinadas a conservar monumentos, sitios y espacios naturales; si queremos mantenerlo vivo, debe seguir siendo pertinente para una cultura y ser practicado y aprendido regularmente en las comunidades y por las generaciones sucesivas (UNESCO, 2003).

Las provincias y cantones del Ecuador, presentan rasgos característicos que los distinguen en cuanto a patrimonio cultural se refiere; de igual manera la salvaguarda del patrimonio inmaterial comprende un profundo sentido de apropiación para cada región (Morales, 2007), aún más para cada persona; por ello se ve necesario en los diferentes ámbitos característicos del patrimonio inmaterial, crear un producto idóneo para compartir y experimentar; llamando la atención y posicionando a una determinada localidad, realzando sus prácticas cotidianas y poniéndolas al servicio y conocimiento del turista.

Además de contribuir al cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir como: mejorar la calidad de vida de la población, fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía; la propuesta final de la investigación, permitirá que se creen microempresas con la población local, permitiendo la inclusión de la actividad turística como parte de sus actividades económicas (SENPLADES, 2014). Uno de los objetivos que se destaca, es el de construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad; sin embargo, el patrimonio cultural material y el inmaterial son las dos caras de una misma moneda, que se entrelazan para proyectar experiencias; conjuntamente con el turismo se fomenta la generación del respeto, tolerancia, convivencia, para que tanto la gente local como los visitantes, puedan llegar a tener un encuentro armonioso, donde sean partícipes, aprendiendo el uno del otro y se promueva la valoración del patrimonio cultural y el cuidado de los recursos naturales (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2006).

Entre los aspectos a evaluar, se considera el grado de integración del grupo humano portador del saber, con el producto turístico final, para ser ellos quienes expongan sus experiencias, actividades y saberes a los visitantes; cabe mencionar que un souvenir elaborado por los mismos turistas, es la manifestación del patrimonio material con lo inmaterial: es el proceso de elaboración en sí que se trasmite del portador al turista (Santana, 2009).

Las rutas turísticas, están organizadas en función de un producto o de un rasgo cultural característico que les da su nombre, desde este punto, se plantea la mediación para la inclusión de la población local, el interés primordial es incentivar el consumo de un elemento que se da en abundancia, para promover el desarrollo económico y social (Rodríguez, 2012).

Sin embargo, acotando lo que el autor Hernández (2011) menciona en su investigación sobre rutas turísticas y cultura, este último, como insumo para cumplir con la demanda y el itinerario de los potenciales turistas, se corre el riesgo de dinamizar una zona en específico, sin tener una visión holística del área urbana, rural y cantonal de un territorio. Los efectos sociales y culturales, son los primeros en emerger cuando se expone a un grupo social a diferentes interacciones con otras culturas foráneas, para ello, es necesario el previo consentimiento de su participación y preparación, por medio de capacitaciones constantes desde las entidades encargadas de este sector productivo, que es el turismo.

El país ha emprendido acciones interdisciplinarias para la conservación del Patrimonio Natural y Cultural Intangible, es así que, varias instituciones trabajan en pro de estas acciones; para la presente investigación se ha gestionado la participación entre el Instituto Nacional del Patrimonio Cultural, la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y el Gobierno Autónomo y Descentralizado del Cantón Cumandá, con el propósito de trabajar desde cada área; sean

éstas: la normativa y regulación, la investigación y resultados, y finalmente, la aplicación de la propuesta que deriva del estudio (Morales, 2007).

En la región sierra - centro en la provincia de Chimborazo, se encuentra el cantón Cumandá, exuberante por su biodiversidad y con gran valor cultural; las experiencias y acontecimientos de la población, permiten que se reencuentre su identidad por medio de las prácticas del día a día, estas pueden ser los relatos, la gastronomía y algunas artesanías propias de su gente. El cantón Cumandá, no cuenta con una ruta cultural que permita dar a conocer al turista sus expresiones y manifestaciones, como parte de su riqueza cultural e identidad. El producto final del diseño de la ruta cultural, permitirá conocer parte de su arraigo; planteando de manera estructurada el producto turístico y salvaguardando su sentido propio de identidad; proponiendo también la reactivación de su economía local, al generar interés en los productos artesanales de la población.

Metodología

Para el presente estudio se utilizó técnicas de investigación bibliográfica y de campo, mediante las mismas se cumplieron los objetivos de la siguiente manera:

1. Validar el diagnóstico situacional del cantón Cumandá

Se procedió a revisar el documento Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Cumandá del año 2015 facilitado por el GAD cantonal, adquiriendo de esta fuente de información secundaria los datos para completar los ámbitos: físico espacial, ecológico territorial, económico productivo, político administrativo y socio cultural.

2. Elaborar el registro del patrimonio cultural inmaterial del cantón Cumandá

Para realizar el registro e inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial se aplicó la metodología propuesta por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2011), el cual explica los pasos y procedimientos para completar correctamente las fichas de acuerdo a los ámbitos; 1. Tradiciones y Expresiones Orales, 2. Artes del Espectáculo, 3. Usos Sociales Rituales y Actos Festivos, 4. Conocimientos y Usos Relacionados con la Naturaleza y el Universo y 5. Técnicas Artesanales Tradicionales. A la par, se realizaron salidas de campo para el levantamiento de información, empleando la observación y la entrevista a personas claves.

Finalmente se revisó y se analizó la información secundaria: Registro del Patrimonio Cultural Inmaterial del Cantón Cumandá 2014, documento facilitado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural - Regional 3 (INPC-R3).

Todo este proceso antes mencionado, se empleó para analizar que manifestaciones del PCI, se podrían poner en uso para un primer diseño de la ruta cultural, se propone la integración de la población que se encuentra en la cabecera cantonal de Cumandá, además, en una primera propuesta se proyecta la reactivación económica de la zona, para analizar en un corto y mediano plazo la asociación con otras comunidades y sus respectivas rutas turísticas culturales.

3. Validar el diagnóstico turístico del cantón Cumandá

Para la validación del diagnóstico turístico se revisó fuentes de información secundaria facilitadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón Cumandá, específicamente por el Departamento de Turismo, con la información se procedió a validarla de la siguiente manera:

- a. Se ordenó la información del catastro turístico, el mismo que detalla los servicios de alimentación y hospedaje que actualmente se ofertan. Luego se describió los atractivos naturales y culturales que se presentan en el cantón Cumandá. Complementando la oferta se detalla la infraestructura y la superestructura turística.
- b. Para obtener la demanda, se tomó como referencia el número de visitantes que arriban a la estación del tren del cantón vecino Bucay, las rutas que actualmente se comercializan son: La ruta de la Dulzura, El tren de la Excelencia y El tren Crucero y, a partir de esto, se obtuvo la muestra, segmentando a turistas nacionales y extranjeros.
- c. Finalmente se obtuvo el perfil del turista nacional y extranjero.

4. Realizar la planificación y diseño técnico de la ruta cultural

Se procedió a elaborar el diseño técnico de la ruta cultural, recorrido, imagen, marca y otros elementos que se expresan a continuación:

a. Georeferenciación.- Se elaboró un mapa de ruta basado en el análisis de los atractivos registrados, tomando en cuenta, la accesibilidad hacia cada uno de ellos y la conectividad. Para el mapeo y caracterización de la ruta se analizó y sistematizó los datos obtenidos en el cumplimiento de las etapas anteriores, los mismos que determinaron las áreas y recorridos.

b. Objetivo de la ruta.- Se estableció en base a la finalidad que tiene la caracterización de esta ruta y el aporte que representa para el desarrollo de la población.

c. Imagen.- Se definió la imagen de la ruta en función del conocimiento de las características del área y evaluación de los atractivos.

d. Slogan.- Se diseñó un slogan en función de que llame la atención del turista, remarcando ciertas cualidades y asociándolo a los atractivos.

e. Itinerario.- Una vez definidas las manifestaciones culturales que se integran en la ruta, se elaboró el itinerario de la misma, el cual contiene tiempo de recorrido y los atractivos culturales a visitar de manera que reflejen conectividad entre los mismos.

f. Diseño de trípticos.- Una vez ya definida la imagen cultural y el slogan para la ruta, se procedió a diseñar un plegable informativo, el mismo que contiene el mapa de la ruta, servicios y la información principal de las manifestaciones culturales reflejadas en los subámbitos del patrimonio cultural inmaterial.

Resultados

Contextualización del cantón Cumandá

Cumandá, es un cantón que pertenece a la provincia de Chimborazo, se encuentra ubicado al sur-occidente de la misma; a una distancia desde Quito- de 321 km, desde Guayaquil, de 96 km, y desde Riobamba, de 135 Km.

Fue creado mediante ley 138, publicada en el registro oficial, N° 862 del 28 de Enero de 1992 por El Congreso Nacional. Cuenta con 29 recintos y la Matriz Cumandá con 18 barrios. Gran parte del territorio está en el subtrópico, con una temperatura promedio de 20° C y su extensión es de 160.10 Km² (Alberca, 1999).

El territorio de Cumandá, fue en un inicio poblado con la finalidad de usar su potencial agrícola para la siembra de caña, cacao, banano entre otros productos; y fue creciendo paulatinamente a medida que se intensifica la economía por la llegada del tren al sector. Cabe mencionar que el desarrollo social- económico de la población está altamente ligado a la historia del ferrocarril y su paso, para así llegar al el vecino cantón Bucay.

Existe gran potencial turístico en el territorio, por varios factores naturales y antrópicos como: la influencia del clima tropical, la variedad de pisos altitudinales y manifestaciones de prácticas culturales, que han dado lugar a atractivos naturales y culturales característicos del territorio, por ejemplo: la elaboración del trago artesanal a base de la producción de la caña de azúcar, las leyendas, tradiciones y expresiones orales algunas de estas entrelazadas a la historia del ferrocarril y otras manifestaciones que se desarrollan en torno a la vida diaria de los pobladores del cantón.

Registro e inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial del cantón Cumandá

Tabla 1. Resumen de las Manifestaciones Culturales Inmateriales del cantón Cumandá

Nombre de las manifestaciones inventariadas del cantón Cumandá	Ámbito	Súbambito	Detalle del súbambito
1. Historia sobre la construcción de la primera central hidroeléctrica	1	Memoria local vinculada a acontecimientos históricos reinterpretados por las comunidades	N/A
2. Historia sobre la vida social, política y económica de Cumandá	1	Memoria local vinculada a acontecimientos históricos reinterpretados por las comunidades	N/A
3. Culturas, vivencias y técnicas de la vida ferroviaria	1	Memoria local vinculada a acontecimientos históricos reinterpretados por las comunidades	N/A
4. Historia de la ruta del contrabando	1	Memoria local vinculada a acontecimientos históricos	N/A

		reinterpretados por la comunidades	
5. Leyenda de la paila de oro	1	Leyendas	Leyendas asociadas a apariciones de seres sobrenaturales
6. Leyenda de los Guardianes de las Cascadas	1	Leyendas	Leyendas asociadas a elementos naturales
7. Cuento de las Protectoras de las Montañas	1	Leyendas	Leyendas asociadas a elementos naturales
8. Cuento sobre la Chorrera del diablo	1	Expresiones orales	Cuento
9. Juego de las aves	2	Juegos tradicionales	Prácticas deportivas recreativas
10. Fiestas populares del cantón Cumandá	3	Fiestas	Otras celebraciones festivas
11. Ocupaciones tradicionales en el cantón Cumandá	3	Oficios tradicionales	Otros
12. Elaboración de la panela granulada	4	Técnicas y saberes productivos tradicionales	N/A
13. Medicina popular como curar el mal aire y el espanto	4	Medicina tradicional	N/A
14. Uso de las plantas medicinales en el sector de Guagal	4	Medicina tradicional	N/A
15. Plantas medicinales que combaten enfermedades comunes	4	Medicina tradicional	N/A
16. Construcción de la Iglesia de Suncamal	5	Técnicas constructivas tradicionales	N/A
17. Elaboración de artesanías en Tagua	5	Técnicas artesanales tradicionales	Artesanías en semilla

Nota: Trabajo de campo y Registro del Patrimonio Cultural Inmaterial del Cantón Cumandá INPC R-3, 2014

Ámbitos: 1. Tradiciones y Expresiones Orales, 2. Artes del Espectáculo, 3. Usos Sociales Rituales y Actos Festivos, 4. Conocimientos y Usos Relacionados con la Naturaleza y el Universo y 5. Técnicas Artesanales Tradicionales.

Diagnóstico turístico del cantón Cumandá

Análisis de la oferta

Tabla 2. Resumen del inventario de atractivos turísticos para sitios naturales y culturales del cantón Cumandá

Nº	ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JRQ
1	Bosque Primario Chilicay	Sitio Natural	Bosque	Ceja de Selva occidental	II
2	Bosque Protector Santa Rosa	Sitio Natural	Bosque	Ceja de Selva occidental	II
3	Bosque El Nogalero	Sitio Natural	Bosque	Bosque Montano Bajo Occ.	I
4	Cascada Chilicay (Altura 20m)	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	II
5	Chorrera del Diablo (Altura 45 m)	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
6	Cascada Encanto de la Princesa (altura 40m)	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
7	Cascada Paila de Oro (Altura 30 m)	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
8	Cascada Piedra Gemela (Altura 25 m)	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
9	Cascada Gotas de Lluvia (Altura 15 m)	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
10	Cascada Oreja de Piedra	Sitio Natural	Ambiente	Cascada	I

	(Altura 18 m)		Lacustre		
11	Cascada Piedra Negra	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
12	Cascada Vestido de Novia (Altura 20 m)	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
13	Cuernos de Venado	Sitio Natural	Fenómeno Geológico	Escarpa de Falla	I
14	Mirador Llalla Cocha	Sitio Natural	Montaña	Mirador	I
15	Poza de Santa Rosa	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna Estacionaria	I
16	El Chorro	Sitio Natural	Rio	Riachuelos	II
17	Rio Chimbo	Sitio Natural	Rio	Rápidos	II
18	Rio Chanchán	Sitio Natural	Rio	Rápidos	II
19	Rio San Pablo	Sitio Natural	Rio	Rápidos	II
20	Rio La Lucia	Sitio Natural	Rio	Riachuelos	II
21	Rio Chilicay	Sitio Natural	Rio	Riachuelos	I
22	Caminos Antiguos de Herradura Guagal	Manifestaciones Culturales	Histórico	Arquitectura civil	I
23	Ruta del Contrabandista	Manifestaciones Culturales	Histórico	Arquitectura civil	II
24	Túnel de los Murciélagos	Manifestaciones Culturales	Histórico	Arquitectura civil	II
25	Represa Mayahuan	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas científicas	Obras técnicas	I
26	Hacienda San Francisco	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Hacienda	II
27	Hacienda Surucay	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Hacienda	II
28	Hacienda San Ramón	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Hacienda	II
29	Bio- caña	Manifestaciones Culturales	Explotaciones Industriales	Fábrica de panela	II
30	Trapiche rudimentario San Vicente	Manifestaciones Culturales	Explotaciones Industriales	Trapiche	II
31	Iglesia de Suncamal	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia	II

Nota: Trabajo de campo y Registro del Patrimonio Cultural Inmaterial del Cantón Cumandá, 2014

Realizado por: Equipo de investigación

Planta turística

Tabla 3. Establecimientos turísticos de servicios de hospedaje

Tipo	Nombre	Categoría	Capacidad	Ubicación	Propietario	Teléfono
Hotel	FLORIDA	Segunda	28 pax	Juan Montalvo y Malecón	Juan Flores Lema	2727608
	GRAND METRÓPOLIS	Tercera	24pax	Calle 9 de Octubre y 5 de Junio	Segundo Guallasaca	032326721
Hostería	LA PLAYITA	Segunda	42pax	Vía Cumandá-Rcto. Buenos Aires km 4 ½	Claudio Peralta	097295191
	OLYMPUS	Tercera	65pax	Vía Cumandá-Rcto. Cascajal km. 6	Bihorita Argudo	2728007
Motel	EL JARDIN	Tercera	16 pax	Barrio La Dolorosa, Parr. La Matriz	Gilberto Llenez	085715618

Complejo Turístico	OASIS	s/d		ViaCumandá- Suncamal, El Guayabo km 1 ½	
	PIEDRA GRANDE	s/d		Km. 4,Vía Cumandá La Victoria	

Nota: Validación trabajo de campo, Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Cumandá, 2015
Realizado por: Equipo de investigación

Establecimientos turísticos de servicio de alimentación

Tabla 4. Lista de establecimientos turísticos de servicio de alimentación

TIPO	NOMBRE	ESPECIALIDAD	UBICACIÓN	TELEFONO
RESTAURANTE	COMA COMO EN SU CASA	Almuerzos y Meriendas	Avda. los Puentes	099333762
	CUMANDÁ	Almuerzos y Meriendas	Avda. los Puentes y 10 de Agosto	2727811
	DON VICHÍ	Almuerzos y Meriendas	Av. Los Puentes	No
	DOÑA ROSITA	Almuerzos y Meriendas	Avda. los Puentes	042727151
	JANHELA	Almuerzos y Meriendas	9 de Octubre y Abdón Calderón	069425849
	PAPILLON	Almuerzos y Meriendas	Avda. los Puentes	042727314
	PARADERO SABOR COSTEÑO	Almuerzos y Meriendas	Recinto Chaguayacu (Frente a la gasolinera)	
	EL TOQUE MANABITA	Almuerzos y Meriendas	Av. Los Puentes y Orquídeas	8869415
	DOÑA ALICIA	Asadero	Alicia Vique	No
	EL BOLILLO	Asadero	Narcisa Cordero	042727183
	EL CHONERO	Asadero	Rixter Medranda Pinargote	8971433
	LA CHIMENEA	Asadero	Aura Garcés	042727781
	RESTAURANTE EL CHOZON	Asadero	Rosa Valdivieso	
	RICO POLLO	Asadero	Margarita Juca Molina	
	EL DORADO	Cebichería	Av. 1 de mayo	042728244
	ALTA MAR	Marisquería	Avda. los Puentes	081464642
	EL RINCÓN DE LAURITA	Marisquería	Avda. los Puentes	090712453
	EL SABROZÓN	Picantería	Av. Los Puentes	
	LA ENVIDIA TE MATA	Picantería	Av. Los Puentes	
	ROSITA	Picantería	Avda. los Puentes	042727552
	CUMANDÁ	Comedor	Calle 10 de Mayo y 1 de agosto	086449920
	CONTINENTAL	Cafetería	Av. Los Puentes	081019139
	LA MOLIENDA	Cafetería	Avda. los Puentes	098365951
	BUON GIORNO	Pizzería	Calle 4 de Diciembre y Eloy Alfaro	092341552
	DISFRUTA	Heladería	Av. Los Puentes y 4 de Diciembre	091394795
	LA HUECA	Soda Bar	Av. Los puentes y Vicente Maldonado	27277584

Nota: Validación trabajo de campo, Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Cumandá, 2015
Realizado por: Equipo de investigación

Análisis de la demanda

Segmentación

El producto final de la ruta cultural, la cual integra a la matriz del cantón Cumandá y un conjunto de manifestaciones culturales inmateriales, está dirigido a los turistas que arriban por el transporte del tren al cantón Bucay, a través de las rutas que se ofertan actualmente.

Universo

El universo de estudio para caracterizar la demanda, es de 29611 turistas que llegaron en el año 2014 a la estación de ferrocarriles del cantón Bucay, de los cuales 26803 son turistas nacionales y 2808 son turistas extranjeros. Esta cifra se obtuvo en base a los registros que mantiene Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP).

Muestra

La muestra se determinó mediante la fórmula de Cannavos:

$$\frac{(-)^{\wedge}}$$

En donde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (5%)

z: nivel de confianza (1,96)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

$$\frac{(\text{---})^{\wedge}}$$

Estratificación de la muestra

Tabla 5. Número de encuestas para turistas extranjeros y nacionales

Total	Turistas nacionales	Turistas extranjeros
29611	26803	2808
379	343	36

Nota: Se aplicó la regla de tres para determinar el número de encuestas para turistas nacionales y extranjeros.

Instrumento de investigación

Los instrumentos para realizar las encuestas se encuentra en los ANEXO 1 y 2.

Resultados del estudio de la demanda a los turistas nacionales

Perfil de turista nacional

Los turistas nacionales comprenden edades entre los rangos de 26 a 35 años. Tienen un nivel de instrucción universitaria o se encuentran actualmente cursando. Viven en Guayaquil, son profesionales independientes con ingresos económicos de 500 a 1000 USD mensuales. La temporada que prefieren viajar es en vacaciones y feriados, el motivo para realizar un viaje es por recreación; la frecuencia de viaje es dos veces al año, en compañía de familia y su gasto diario por persona asciende entre 100 y 200 USD. Prefieren hospedarse en un hotel, el medio de información que escogen para informarse es el internet y las guías turísticas. Su destino preferido es la región insular, seguido por la región sierra. Para el 92% es la primera vez en esta ruta del tren y el 43% respondió que sí desea conocer Cumandá entre 1 a 2 días de visita; prefieren que se les oferten los siguientes productos elaborados por la comunidad: la panela granulada, aguardiente, artesanías elaboradas en tagua, entre otros. Las actividades turísticas que prefieren realizar son: caminatas, visitas a sitios culturales y degustación de comida y

bebidas tradicionales. Se determinó que las manifestaciones que más desean conocer son: la historia de “la ruta del contrabando”, el relato sobre la cultura, vivencias y técnicas de la vida ferroviaria, la historia de la construcción de la primera central hidroeléctrica y sobre la leyenda de los guardianes de las cascadas. El 7% expresó que desea conocer más sobre el juego de las aves y también sobre las ocupaciones tradicionales en el cantón Cumandá, elaboración de la panela granulada y sobre el uso de las plantas medicinales. Finalmente los turistas nacionales desean conocer sobre la elaboración de artesanías en tagua y sobre la construcción de la iglesia de San Pedro de Suncamal.

Resultado del estudio de la demanda a los turistas extranjeros

Perfil del turista extranjero

Los turistas extranjeros comprenden edades entre 36 a 45 años. La mayoría tienen un nivel de instrucción universitaria o se encuentran actualmente cursando, provienen de Estados Unidos, son profesionales independientes con ingresos económicos mensuales de 1000 a 1500 USD. Las temporadas que prefieren viajar son: en vacaciones y feriados, el motivo para realizar un viaje es por recreación principalmente, la frecuencia con la que viajan es una vez al mes, en compañía de amigos y en pareja, su gasto diario por persona asciende entre 50 a 100 USD diarios. La mayoría prefieren hospedarse en un hotel y los medios de información que escogen para informarse son: internet, revistas especializadas y guías turísticas. El destino preferido que desean visitar son la región insular o Galápagos seguido por la Amazonía. Para el 100% es la primera vez en esta ruta del tren y el 83% sí desean conocer Cumandá, entre 1 a 2 días de visita, también prefieren que se les oferten los siguientes productos elaborados por la comunidad: licor artesanal, artesanías elaboradas en tagua y jugo de caña. Las actividades turísticas que optan realizar son: convivencia cultural, deportes extremos y degustación de comidas y bebidas tradicionales. Las manifestaciones culturales inmateriales que prefieren conocer son: relato de la cultura, vivencias y técnicas de la vida ferroviaria, la leyenda de los guardianes de las cascadas, la leyenda de la paila de oro, el juego de las aves, la elaboración de la panela granulada, el uso de las plantas medicinales, la elaboración de artesanías en tagua y sobre la construcción de la iglesia de San Pedro de Suncamal.

Planificación y diseño técnico de la ruta cultural

Conceptualización de la ruta

La ruta cultural empieza en el centro urbano del cantón Cumandá, específicamente en el parque central, partiendo de ahí, se busca cautivar la atención de los visitantes relatando las principales ocupaciones tradicionales de los habitantes del cantón, tales como la elaboración del aguardiente, que llevó a muchos pobladores a dirigirse por pasajes entre las montañas para comercializar este producto de manera ilegal en la región sierra. De esa forma se origina lo que ahora conocen como “la historia de la ruta del contrabando”, luego se integran a la ruta cultural un conjunto de atractivos naturales y culturales que se entrelazan con el propósito de revalorizar el significado del patrimonio cultural inmaterial a través de relatos, historias, leyendas y experiencias que recalcan el gran valor artesanal que diferencia a los Cumandefños.

Objetivo de la ruta

La ruta cultural tiene por objetivo impulsar la actividad turística en el cantón, partiendo desde la perspectiva de las manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial, los cuales están directamente relacionados a cada uno de los atractivos naturales y culturales que se han identificado e integrado en el recorrido.

Adicionalmente, se contribuye a la transmisión de conocimientos de las personas adultas a nuevas generaciones y se dinamiza la economía del sector, promocionando productos elaborados por la comunidad que son: panela granulada, azúcar morena, melcochas, aguardiente, artesanías en tagua, entre otros.

Atractivos de la ruta

- Construcción de la iglesia de Suncamal
- Culturas, vivencias y técnicas de la vida ferroviaria
- Elaboración de artesanías en tagua
- Elaboración de la panela granulada
- Historia sobre la construcción de la primera central hidroeléctrica

- Historia sobre la ruta del contrabando
- Juego de las aves
- Leyenda de los guardianes de las cascadas
- Ocupaciones tradicionales en el cantón Cumandá
- Plantas medicinales que combaten enfermedades en el cantón Cumandá

Definición de la imagen para la ruta

Logotipo



Figura 1. Propuesta de la investigación
Logotipo de la ruta cultural

Slogan

“Un pasaje cultural a través de Cumandá”

Figuras

Trapiche de caña de azúcar.- Esta figura refleja la producción y procesamiento de la caña de azúcar, además representa el trabajo de los pobladores para subsistir económicamente.

Durmientes del tren.- Están alrededor del trapiche y representa el paso del tren por Cumandá, que a su vez está relacionado con el desarrollo económico, político y social del territorio.

Caña de azúcar.- Es la principal materia prima de algunos de los productos que se oferta en la ruta cultural.

Significado de los colores

Café.- Significa el color de la tierra donde crecen los productos, la madera de los trapiches, implica estabilidad, seguridad. También en estas zonas crece el cacao y es el color del chocolate.

Verde.- Expresa la naturaleza existente en la zona a la vez que es el color de la caña de azúcar. Significa tranquilidad y relajación.

Celeste.- Simboliza el agua presente en las cascadas también, los trapiches antiguos funcionaban con agua, en conjunto con el verde y el café expresa la agricultura y la ecología, también refleja serenidad que se vive a lo largo del recorrido.

Itinerario técnico

Ruta Turística “Dulce Travesía”

Código: DT001

Duración: 1 día

Nivel de dificultad: Fácil

Modalidad: Turismo cultural

Itinerario técnico

Día 1



Tabla 6. Itinerario técnico

HORA	ACTIVIDADES	LUGAR
08:00	Encuentro con el grupo, bienvenida y presentación.	Parque central del cantón Cumandá

08:15-08:30	Relato sobre las ocupaciones tradicionales en el cantón Cumandá.	Parque central del cantón Cumandá
08:30 -09:00	Desayuno. (Restaurante en Cumandá, café con bolón de verde ya sea de chicharrón o queso)	Cabecera cantonal
09:00- 09:30	Caminata por las rieles del tren y relato sobre las culturas, vivencias y técnicas de la vida ferroviaria.	Cabecera cantonal
09:30-10:00	Traslado hasta el recinto Suncamal, relato sobre La Historia de la Ruta del Contrabando.	Vía hacia el recinto Suncamal
10:10-10:30	Visita a la Iglesia San Pedro de Suncamal. Relato sobre la construcción de la iglesia.	Recinto Suncamal
10:30-11:30	Visita a la planta procesadora de panela.	Recinto Suncamal
11:30-12:45	Entrega de box lunch. Visita a la entrada de “la ruta del contrabando”. Visita a la cascada Chilicay. Relato de la leyenda de los guardianes de las cascadas.	Recinto Suncamal
12:45-13:45	Visita a la fábrica de la elaboración de artesanías en tagua.	Recinto Suncamal
13:45- 14:15	Regreso a la cabecera cantonal de Cumandá. Relato sobre las plantas medicinales que combaten enfermedades comunes en el cantón Cumandá.	Cabecera cantonal
14:15-14:45	Almuerzo (Restaurante en Cumandá).	Cabecera cantonal
15:45-17:00	Visita a la primera central hidroeléctrica de Cumandá. Historia sobre su construcción.	Recinto La Victoria
17:00-17:15	Despedida. Juego de las aves.	Recinto la Victoria

Nota: Propuesta de la investigación

Elaborado por: Equipo de investigación, 2015

Mapa y trípticos informativos



Figura 2. Tríptico informativo Ruta Cultural “Dulce Travesía”

Elaborado por: Equipo de investigación, 2015



Figura 3. Mapa informativa de la Ruta Cultural "Dulce Travesía"
Elaborado por: Equipo de investigación, 2015



Figura 4. Tríptico informativo Ruta Cultural "Dulce Travesía"
Elaborado por: Equipo de investigación, 2015

Conclusiones

- La validación del diagnóstico situacional del territorio permitió desarrollar la ruta, con una visión integradora de todos los componentes que forman parte del sistema turístico, es así que mediante el diagnóstico situacional se evalúa la información; se conoce, se la analiza y se busca potencializar los espacios en la zona de estudio, que son aptos para desarrollar las actividades económicas productivas referentes a el entorno mismo que los pobladores practican periódicamente y en base a sus necesidades.
- Para realizar el registro y posterior inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial, fue necesario tener una contextualización del territorio en el que se trabajó, este análisis permitió conocer que la mayoría de las manifestaciones inventariadas, son referentes al ámbito de tradiciones y expresiones orales, porque la población expresa sus conocimientos, experiencias, historias, leyendas, cuentos, etc. a través del idioma, la conversación diaria y la memoria colectiva.
- Se logró identificar conocimientos tradicionales que están directamente involucrados a la producción económica de la población, es así, que tenemos, la elaboración de la panela granulada y demás productos derivados de la cosecha y tratamiento de la caña de azúcar. Como conclusión, se puede decir que existe un gran potencial turístico para desarrollar en el territorio, empezando por tratar temas de capacitaciones en: sociedades empresariales, mejoramiento de los procesos para la obtención de los productos, revalorización de los conocimientos tradicionales y también investigando otros emprendimientos que ya realiza la población.
- En el diagnóstico turístico, se destaca que el territorio del cantón Cumandá tiene grandes atractivos naturales como son: cascadas, ríos y bosques protegidos, a su vez los atractivos culturales se diferencian por ser bienes materiales inmuebles como: haciendas y fábricas. La oferta turística se enmarca en servicios de alimentación y cabe resaltar que los complejos turísticos son de muy buena calidad.
- El producto turístico de la ruta cultural, busca revalorar el conjunto de manifestaciones culturales inmateriales que poseen los habitantes, pero a la vez, se identifican atractivos naturales y culturales que expresan directa relación con las manifestaciones. Es así que diferencian a un grupo de personas y también les proporciona un nuevo sentido de identidad, acompañado por la práctica productiva diaria.
- Se elaboró la ruta cultural basada en los resultados del estudio de la demanda; se proyecta posicionar al cantón Cumandá, de manera que se transforme en un destino cultural acompañado de atractivos naturales, que sintonizan con las preferencias de los turistas, tanto nacionales como extranjeros.

Bibliografía

- Alberca, J. (1999). Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión" Núcleo Cantonal en Cumandá. Editorial Pedagógica Freire. Riobamba (Ecuador). 15- 20pp
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. (2006). Patrimonio Cultural Inmaterial y Turismo: Salvaguardia y Oportunidades. México. Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE). (2010). Disponible en línea: www.feptce.org/images/stories/contenido/pdfs/estadistico-feptce.pdf (Consultado el 11 de mayo del 2016)
- Hernández, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. Disponible en línea: http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_01.pdf (Consultado el 25 de junio del 2017).
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC). (2011). Instructivo para fichas de registro e inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial. Ecuador. Ediecuatorial.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2013). Guía metodológica para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial series normativas y directrices. Quito, Ecuador. Sobocgrafic.
- Ministerio de Turismo (MINTUR) (2009). Disponible en línea: www.turismo.gob.ec/http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika005/polemika005_006_articulo003.pdf (Consultado el 27 de junio del 2017).

- Morales P. (2007). Estado del Arte del Patrimonio Cultural Inmaterial. Ecuador. CRESPIAL
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2015). Panorama OMT del turismo internacional. *UNWTO*, 2-3.
- PD y OT GADM Cumandá. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cumandá 2014 - 2019.
- Rodríguez, M. (2012). Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborígen Warao en el estado Delta Amacuro, Venezuela. El Diseño de las Rutas y la Metodología a Seguir. Disponible en línea: http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/el_diseno_de_ruta_y_metodologia_a_seguir.html (Consultado el 20 de junio del 2017)
- Santana, A. (2009). Turismo Cultural, Culturas Turísticas. Disponible en línea: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v9n20/v9n20a02.pdf> (Consultado el 20 de junio del 2017)
- SENPLADES. (2014). En Riobamba se trabajó hoja de ruta para aportar al cambio de la matriz productiva en la Zona 3 Centro - Ecuador. Disponible en línea: <http://www.planificacion.gob.ec/en-riobamba-se-trabajo-hoja-de-ruta-para-aporar-al-cambio-de-la-matriz-productiva-en-la-zona-3-centro/>. (Consultado el 22 de abril de 2015)
- SENPLADES (2015). Planificación Estratégica SENPLADES 2014 – 2017 planificación y ordenamiento territorial. Disponible en línea: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/10/Plan-Estrategico-Senplades-2014-2017.pdf> (Consultado el 25 de abril del 2015).
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2003). Texto de la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial. Disponible en línea: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00006> (Consultado el 29 de marzo del 2015).
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2003). Declaración de México sobre las políticas culturales. Conferencia mundial sobre las políticas culturales. Disponible en línea: http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf. (Consultado el 25 de Marzo de 2015)
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2010). Textos fundamentales de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de 2003. ed. 2010. Disponible en línea http://ciudadespatrimonio.mx/descargables/biblioteca/convencion_para_la_salvaguardia_de_l_patrimonio_cultural_inmaterial_octubre_del_2003..pdf (Consultado el 27 de junio del 2017)

Anexo 1

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

A través de un cordial saludo, me permito informarle que el siguiente estudio busca fortalecer el turismo en el cantón Cumandá, mediante el diseño de una ruta cultural. Por favor conteste con seriedad las siguientes preguntas:

- 1. Género**

Hombre	Mujer
--------	-------
- 2. ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?**

Menor a 15 años	15 - 25años	26 - 35años	36 – 45años
	46 - 55años	Mayor a 55años	
- 3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?**

Primaria	Secundaria	Universitaria	Postgrado
----------	------------	---------------	-----------
- 4. ¿Cuál es su lugar de residencia?**

Ciudad..... Provincia.....

5. ¿Cuál es su ocupación o actividad actual?

Empleado Privado Empleado Público Estudiante
Profesional independiente Jubilado

6. ¿En qué rango se ubica sus ingresos económicos mensuales?

260 a 500 USD 500 a 1000 USD 1000 a 1500 USD Más de 1500 USD

7. ¿Cuándo prefiere realizar sus viajes?

Fin de semana Feriados Vacaciones Nunca

8. ¿Cuál es su motivo para realizar un viaje?

Salud Recreación Negocios o trabajo
Visitas familiares/amigos Otros, especifique.....

9. ¿Con qué frecuencia viaja usted?

Una vez al año Dos veces al año Una vez al mes Dos veces o más al mes Nunca

10. ¿Con quién prefiere viajar? Con Familia Con Amigos

En pareja Solo

11. Cuando viaja generalmente ¿cuánto gasta por día?

20 a 50 USD 50 a 100 USD 100 a 200 USD Más de 200 USD

12. Cuando viaja ¿qué tipo de alojamiento prefiere?

Hotel Hostal Hostería Campamentos

13. ¿Para elegir su destino turístico a través de qué medios de información prefiere realizarlo?

Radio Televisión Prensa escrita Internet
Revistas especializadas Centros de información turística Guías Turísticas

14. ¿Cuál es su destino preferido de viaje? Costa Sierra Amazonía Galápagos

15. ¿Es la primera vez que realiza un recorrido en tren hacia esta zona? Sí No

16. ¿Le gustaría conocer el cantón Cumandá a través de atractivos culturales y naturales enlazados mágicamente? Si su respuesta es no, pase a la pregunta 19 Si No

17. ¿Cuántos días le gustaría visitar Cumandá en un paquete organizado?

1 a 2 días 2 a 3 días más de 3 días

18. ¿Entre los siguientes productos que elabora la comunidad cuáles le gustaría que le ofrezcan al momento de visitar Cumandá?

Artesanías elaboradas en tagua Aguardiente Panela granulada
Azúcar morena Jugo de caña Queso

19. De las siguientes actividades ¿cuáles le gustaría realizar al momento de consumir un producto turístico cultural?

Caminatas Campamentos Ciclismo Cabalgatas Observación de flora y fauna
 Deportes extremos Convivencia cultural Visita a haciendas Visita a fabricas

Otro Especifique.....

20. De las siguientes manifestaciones de Patrimonio Cultural Inmaterial conteste: ¿cuáles son de su preferencia o quisiera conocer más al respecto?

Tradiciones y expresiones orales

- a. Historia sobre la construcción de la primera central hidroeléctrica
- b. Historia sobre la vida social política y económica del cantón Cumandá
- c. Cultura vivencias y técnicas de la vida ferroviaria
- d. Historia de la ruta del contrabando
- e. Leyenda de la paila de oro
- f. Leyenda de los guardianes de las cascadas
- g. Cuento de las Protectoras de las Montañas
- h. Cuento sobre la chorrera del diablo

Artes del espectáculo

- a. Juego de las aves

Usos sociales, rituales y actos festivos

- a. Fiestas populares del cantón Cumandá
- b. Ocupaciones tradicionales en el cantón Cumandá

Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

- a. Elaboración de la panela granulada
- b. Medicina popular como curar mal aire y el espanto
- c. Uso de las plantas medicinales en el sector de Guagal
- d. Plantas medicinales que combaten enfermedades comunes en el cantón Cumandá

Técnicas artesanales tradicionales

- a. Construcción de la iglesia de Suncamal
- b. Elaboración de artesanías en tagua

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
 FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
 ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

I would like to inform you that the following study seeks to strengthen tourism in the Cumandá canton, by designing a cultural route. Please answer the following questions seriously:

- 1. Gender?** Male Female
- 2. Age?** Less than 15 16 - 25 age 26 - 35 age 36 - 45 age
 46 - 55 age More 55 age
- 3. Education Level?**
 Elementary Middle Education University Post grade
- 4. Home country?**
- 5. Current Occupation?** Private employee Public Employee
 Student Businessman Retired
- 6. Monthly Income?**
 500 to 1000 USD 1000 to 1500 1500 or more
- 7. When do you prefer to travel?** Weekends Holydays Vacations Never
- 8 What is the reason for this trip?**
 Health Leisure Business or work Visit family or friends Other.....
- 9. How frequently do you travel?** Once a year twice a year

Once a month twice a month or more never

10. With whom do you prefer to travel with?

Family Friends Couple Alone

11. When you travel, how much do you spend per day?

20 a 50 USD 50 a 100 USD 100 a 200 USD More of 200 USD

12. When you travel what kind of lodging facilities do you prefer to stay at?

Hotel Hostel Camping

13. What means of information do you use to choose a place to travel?

Radio Television Newspaper Internet Brochure

Tourist information offices

Touristic books

14. Which one is your favorite destination in Ecuador?

Coastal Region Sierra Region Amazon Region Galapagos Islands

15. Is it your first time visiting this part of Ecuador by train? Yes No

16. Would you like to visit Cumandá natural and cultural tourist attractions? if your answer

is no please answer number 19 Yes No

17. How many days would you like to visit Cumandá in an organized trip?

1 -2 day 2-3 days More than 3 days

18. What of the following products would you like to be offered during your visit to Cumandá?

Handycrafts made in tagua Artisan liquor Granulated
sugar Brown sugar Sugarcane juice Cheese

19. Which one of the following activities would you like to do in a culture tour?

Treking Camping Biking Horseback riding Flora and fauna observation
Extreme sports Cultural experience Visit to estates Visiting fabrics

other.....

20. Of the following manifestations of Intangible Cultural Heritage answer: which ones are of your preference or which ones would you like to know more?

Oral traditions and expressions

- Story about the construction of the first hydropower plant
- History of political and economic social life of the canton Cumandá
- Cultural experiences and techniques of railway life
- History of the contraband route
- Legend of the pot of gold
- Legend of the Guardians of the waterfalls
- Tale of the Mountains Protectors
- Story about the Chorrera del Diablo (devil stream)

Performing arts

Fowl Play

Social practices, rituals and festive events

Popular Festivals of Cumandá canton

Traditional occupations in Cumandá canton

Knowledge and practices concerning nature and the universe

Preparation of granulated brown sugar

Folk medicine how to cure bad air and terror

Use of medicinal plants in the sector El Guagal

Medicinal plants that fight common diseases in Cumandá canton

Traditional handy crafts making

Construction of the Suncamal church

Making crafts in Tagua

THANKS FOR YOUR TIME!

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor y Sugestión
del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

EL TURISMO Y EL TRABAJO FEMENINO

**Dr. Gerardo Enrique Del Rivero Maldonado
Dr. Héctor Ruiz Ramírez**

Facultad de Economía. UAEM

Resumen

En el documento se aborda el tema de la discriminación laboral y se describe la importancia del turismo como fuente generadora de empleos para las mujeres.

Palabras clave

Discriminar. Género. Turismo. Empleo.

Presentación

Discriminar, Diccionario de la Lengua Española, significa separar, distinguir, diferenciar una cosa de otra, dar trato de inferioridad a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos, de género, etc.

La palabra castellana “discriminación” proviene directamente de la locución latina “discriminare”, formada por el prefijo “dis”, que remite a la noción de separar o poner aparte, y la locución “crimen”, que connota la noción de juicio. Discriminar significa “acto de distinguir entre dos objetos, sensibles o no sensibles” o bien “acto de colocar aparte un objeto entre otros del mismo género”.

El 7 de noviembre de 1967ⁱ, la Organización de las Naciones Unidas convocó a evitar las prácticas que perjudican el desenvolvimiento de las mujeres en todos los ámbitos de su vida, emitiendo la *Declaración sobre la eliminación de la discriminación contra la mujer*:

- **Considerando** que los pueblos de las Naciones Unidas han reafirmado en la Carta su fe en los derechos fundamentales del hombre, en la dignidad y el valor de la persona humana y en la igualdad de derechos de hombres y mujeres,
- **Considerando** que la Declaración Universal de Derechos Humanos establece el principio de la no discriminación y proclama que todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y que toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en dicha Declaración, sin distinción alguna, incluida la distinción por razón de sexo,
- **Teniendo en cuenta** las resoluciones, declaraciones, convenciones y recomendaciones de las Naciones Unidas y los organismos especializados cuyo objeto es eliminar todas las formas de discriminación y fomentar la igualdad de derechos de hombres y mujeres,

- **Preocupada** de que, a pesar de la Carta de las Naciones Unidas, de la Declaración Universal de Derechos Humanos, de los Pactos Internacionales de Derechos Humanos y de otros instrumentos de las Naciones Unidas y los organismos especializados y a pesar de los progresos realizados en materia de igualdad de derechos, continúa existiendo considerable discriminación en contra de la mujer,
- **Considerando** que la discriminación contra la mujer es incompatible con la dignidad humana y con el bienestar de la familia y de la sociedad, impide su participación en la vida política, social, económica y cultural de sus países en condiciones de igualdad con el hombre, y constituye un obstáculo para el pleno desarrollo de las posibilidades que tiene la mujer de servir a sus países y a la humanidad,
- **Teniendo presente** la importancia de la contribución de la mujer a la vida social, política, económica y cultural, así como su función en la familia y especialmente en la educación de los hijos,
- **Convencida** de que la máxima participación tanto de las mujeres como de los hombres en todos los campos es indispensable para el desarrollo total de un país, el bienestar del mundo y la causa de la paz,
- **Considerando** que es necesario garantizar el reconocimiento universal, de hecho y en derecho, del principio de igualdad del hombre y la mujer.

En los artículos 10 y 11 de la *Declaración* se establece:

- **Artículo 10**
 1. Deberán adoptarse todas las medidas apropiadas para garantizar a la mujer, casada o no, los mismos derechos que al hombre en la esfera de la vida económica y social, y en particular:
 - a) El derecho, sin discriminación alguna por su estado civil o por cualquier otro motivo, a recibir formación profesional, trabajar, elegir libremente empleo y profesión, y progresar en la profesión y en el empleo;
 - b) El derecho a igual remuneración que el hombre y a igualdad de trato con respecto a un trabajo de igual valor;

- c) El derecho a vacaciones pagadas, prestaciones de jubilación y medidas que le aseguren contra el desempleo, la enfermedad, la vejez o cualquier otro tipo de incapacidad para el trabajo;
- d) El derecho a recibir asignaciones familiares en igualdad de condiciones con el hombre.

2. A fin de impedir que se discrimine contra la mujer por razones de matrimonio o maternidad y garantizar su derecho efectivo al trabajo, deberán adoptarse medidas para evitar su despido en caso de matrimonio o maternidad, proporcionarle licencia de maternidad con sueldo pagado y la garantía de volver a su empleo anterior, así como para que se le presten los necesarios servicios sociales, incluidos los destinados al cuidado de los niños.

3. Las medidas que se adopten a fin de proteger a la mujer en determinados tipos de trabajo por razones inherentes a su naturaleza física no se considerarán discriminatorias.

- **Artículo 11**

- 1. El principio de la igualdad de derechos del hombre y la mujer exige que todos los Estados lo apliquen en conformidad con los principios de la Carta de las Naciones Unidas y de la Declaración Universal de Derechos Humanos.
- 2. En consecuencia, se encarece a los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales y los individuos que hagan cuanto esté de su parte para promover la aplicación de los principios contenidos en esta Declaración.

En el artículo primero, del *Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación)*ⁱⁱ, La Organización Internacional del Trabajo, OIT, en 1958 definió a la discriminación como:

(a) cualquier distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo y la ocupación;

(b) cualquier otra distinción, exclusión o preferencia que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo u ocupación que podrá ser especificada por el Miembro interesado previa consulta con las organizaciones representativas de empleadores y de trabajadores, cuando dichas organizaciones existan, y con otros organismos

En 2006, la OIT reconoció que, a pesar del masivo ingreso de las mujeres a la fuerza de trabajo, su mayor nivel educacional y el significativo aporte que ellas realizan a la manutención de sus familias y el desarrollo de sus países, aún persisten fuertes patrones de desigualdad de género en el trabajo. La discriminación de género atenta contra los principios y derechos fundamentales del trabajo, los derechos humanos y la justicia social. Debilita el crecimiento económico y el óptimo funcionamiento de las empresas y los mercados de trabajo.

Por lo tanto por discriminación laboral debemos entender:

Una conducta puede ser considerada discriminatoria en el mercado de trabajo cuando empleadores o trabajadores tienen un trato diferencial hacia individuos de determinados grupos sociales en el proceso de reclutamiento, desempeño y promoción; este trato está fundado en criterios distintos a las calificaciones y méritos requeridos para desempeñar una actividad productiva. La mayoría de las prácticas discriminatorias surgen de prejuicios, preconcepciones y estigmas sobre ciertos grupos y colectivos sociales, y pueden ser cuantificadas en resultados observados en el mercado laboral.ⁱⁱⁱ

Las cuestiones de género en los planos nacional, regional y mundial constituyen desafíos para todos los países, los empleadores y los trabajadores; el desaprovechamiento de la capacidad de las personas en términos económicos, políticos y sociales constituye en sí mismo un desafío que atenta contra las posibilidades de desarrollo de las naciones.

La desigualdad de género se manifiesta en una realidad, "las mujeres representan alrededor del 66% de la fuerza laboral del mundo, producen el 50% de los alimentos, pero ganan el 10% de los ingresos y solo tienen el 1%". Las razones de esta situación son el menor acceso a la tierra, al capital ya la educación que los hombres, las mujeres tienden a trabajar en empresas familiares desprotegidas por la ley, y las mujeres enfrentan discriminación y tienen dificultades para conciliar el trabajo con la vida familiar.

El empoderamiento económico de las mujeres sigue siendo un reto fundamental a nivel internacional. Según ONU Mujeres, en su estudio de 2015, solo el 50% de las mujeres en edad de trabajar forman parte de la fuerza laboral, ganan en promedio un 24% menos que los hombres y tienen menos posibilidades de recibir una pensión.

Según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, OCDE, la concentración de mujeres en el empleo informal y precario es desproporcionada, toda vez que dedican casi dos veces y medio más de su tiempo que los hombres a las tareas domésticas y a los cuidados no remunerados.

A pesar del progreso en varias áreas, el informe de la OCDE Closing the Gender Gap: Act Now (2012a) encontró que la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer seguían siendo "una asignatura pendiente" en todos los países. Los principales resultados del informe son:

- Una mejor igualdad de género en la educación impulsa la participación laboral femenina y el crecimiento económico.
- En numerosos países de ingresos bajos, las mujeres jóvenes tienen menos probabilidades que los hombres de lograr un trabajo remunerado, educación o formación. También tienen menos probabilidades de completar la educación secundaria.
- Las escuelas deben hacerse más seguras y más accesibles para las niñas.
- Las mujeres con empleo informal tienden a estar sobre-representadas entre los trabajadores del servicio doméstico y los trabajadores familiares; corren mayor riesgo de caer en la pobreza y tienen pocas perspectivas de movilidad ascendente.
- La segregación profesional no ha remitido y persisten las diferencias de remuneración por razón de sexo.
- Es necesario desafiar las barreras culturales, así como los papeles estereotipados de la mujer en la sociedad, los negocios y el sector público.
- Las mujeres empresarias siguen siendo minoría en todos los países. Las empresas poseídas por mujeres suelen ser significativamente más pequeñas y están menos representadas en los sectores con grandes necesidades de capital.
- En las economías en desarrollo, las mujeres tienen muchas más probabilidades de poseer pequeñas empresas en el sector informal que en el formal. Es prioritario garantizar un acceso igual al financiamiento para empresarios y empresarias.
- En la mayoría de los países, las mujeres están infra-representadas en el parlamento, el sistema judicial, las ramas ejecutivas del gobierno y el funcionariado de alto nivel, incluso en países en los que suponen la mayor parte de los trabajadores del sector público.

En todos los países, las mujeres asumen la mayor parte del trabajo no remunerado y son las principales proveedoras de cuidados a los niños, los ancianos y los enfermos. Las pesadas responsabilidades sobre el hogar y los niños impiden a las mujeres encontrar o conservar un trabajo formal y asalariado, o bien las limitan a puestos mal pagados y de bajo estatus, como el trabajo a domicilio.

El trabajo duro y no remunerado también restringe sus oportunidades de adquirir nuevas competencias y calificaciones, y hace aumentar la exposición de las mujeres al agotamiento, al estrés y a las enfermedades aparejadas. Por ejemplo, *How's Life?* (2011) de la OCDE muestra que, en todos los países de la OCDE, las mujeres se ven confrontadas a una “doble carga” cuando tratan de reconciliar las responsabilidades familiares y personales.

Pueden observarse los mismos desafíos en los países en desarrollo, donde las tareas asistenciales y domésticas pueden requerir incluso más tiempo, dada la escasa infraestructura y el difícil acceso a determinados recursos, como el agua o la energía.

El trabajo no remunerado debería ser un elemento esencial del diseño de cualquier política de desarrollo económico y social (así como el análisis costo-beneficio de centros asistenciales y otras infraestructuras sociales). Como lo ha demostrado la labor de Mujeres en Plataformas de Gobierno OCDE-MENA, incluso en el sector público – principal empleador de mujeres en numerosos países del mundo – existe un considerable retraso a la hora de proponer soluciones para conciliar la vida profesional y personal que puedan permitir completamente a las mujeres llevar a cabo su trabajo y asumir sus responsabilidades familiares, y lograr al mismo tiempo un empoderamiento pleno.

Medidas tales como la instauración de sistemas de cuidado de niños, impuestos y prestaciones, los permisos parentales y la adopción de fórmulas flexibles de organización del trabajo contribuyen a promover una mayor igualdad de género en la repartición del trabajo remunerado y no remunerado.

Los viajes y el turismo son creadores de trabajo clave en todo el mundo. Según el WTTC 2013 Impacto Económico Report, estas actividades son fuente de generación de cerca de 100 millones de empleos, lo que representa el 3.4% del empleo total. Si se incluyen los empleos indirectos apoyados por la industria, estaríamos hablando de que uno de cada 11 puestos se relacionan con estas actividades.

Hacia 2023 se espera que los países emergentes incrementen sustancialmente sus puestos en estas actividades a consecuencia del mayor atractivo que representan los mercados emergentes. Como tendencia general se observa que los países se alejan de la industria manufacturera y la agricultura hacia industrias de servicios con mayor intensidad de mano de obra, por lo que es probable que aumente la proporción del empleo relacionado con los viajes y turismo sobre el empleo total.

Más allá del significativo beneficio que tienen, la industria de los viajes y el turismo tienen un impacto considerable en materia de creación de empleo para algunos sectores de la población que encuentran dificultades para incorporarse al mercado laboral, en particular los jóvenes y las mujeres.

En 2010 la Organización Mundial del Turismo (OMT) y ONU Mujeres publicaron un Informe Mundial sobre el Turismo. Esto desarrolló una serie de indicadores para monitorear el papel de la mujer en el turismo en las regiones en desarrollo. Los viajes y el turismo ofrecen grandes oportunidades de trabajo a las mujeres para

generar un autoempleo, por lo que la industria turística tiene un rol importante que desempeñar en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas (ODM), el tercero de los cuales es promover la igualdad de género y empoderar a las mujeres.

Los viajes y el turismo constituyen una fuente significativa de generación de empleo para los jóvenes, toda vez que, según datos de la OIT, el 40% de los desempleados del mundo tienen entre 15 y 24 años. En 2013 se estimaba que 73 millones de jóvenes estaban desempleados. Algunas estimaciones apuntan a que hacia el 2018 el desempleo juvenil alcance 12.8%, un incremento de 0.4 puntos respecto a la cifra observada en 2012 que se ubicaba en 12.4%. En el mediano y largo plazo, el desempleo genera costos, que atentan contra las posibilidades de desarrollo de las naciones que lo observan, lo que se traduce en que el potencial de crecimiento de las economías disminuye en forma significativa.

La cuestión del desempleo juvenil está lejos de limitarse a los países en desarrollo. De acuerdo con la OCDE, las tasas de desempleo juvenil entre sus estados miembros oscilaron entre el 7.9% en Japón y el 55.3% en Grecia. En el conjunto de países que la integran, la tasa media de desempleo fue del 16.3% de la población activa juvenil.

El informe de la OIT sobre las tendencias del empleo juvenil reveló que en las regiones con mayor desempleo juvenil las mujeres jóvenes eran aún peores que sus homólogos masculinos. Por lo tanto, la industria del turismo se distingue por ofrecer más oportunidades para las mujeres que otros sectores, asimismo es relevante también en términos de generación de puestos de trabajo para los jóvenes.

Para comprender mejor el papel que desempeñan las mujeres y los jóvenes en el turismo, WTTC y Oxford Economics realizaron un análisis del empleo en la industria en comparación con la economía en general en función del género y la edad.

La investigación se centró en cinco países: Australia, Francia, Alemania, Sudáfrica y Turquía. Estos países cubren una amplia gama geográfica, representan tanto los mercados turísticos maduros y emergentes y para cada uno también hay suficiente disponibilidad de datos para permitir análisis precisos y comparables.

Un elemento de la investigación analiza la proporción de mujeres en la fuerza de trabajo. En cuatro de los países analizados, la industria turística tiene una proporción significativamente mayor de mujeres trabajadoras que la economía en general. En cada una de ellas, las mujeres representan menos de la mitad de la plantilla total, pero representan más del 60% del empleo en los servicios turísticos. Australia tiene la mayor proporción de mujeres que trabajan en ella, (66%), lo que representa más de diez puntos porcentuales por encima de la tasa para la fuerza laboral en su conjunto.

La única excepción se encontró en Turquía, donde se observa una diferente distribución del empleo. Una proporción mucho menor de mujeres turcas está empleada, y las mujeres están aún más sub-representadas en el 27.3% del turismo (frente al 29.8% de la fuerza de trabajo total).

Al examinar estos datos, es importante tener en cuenta que, según el informe de la OMT y de ONU Mujeres, las mujeres están excesivamente representadas en el sector informal del turismo. Por lo tanto, el número total de mujeres que trabajan en la industria puede ser realmente subrepresentado en estos números.

Mirando hacia el futuro, se espera que el porcentaje de trabajadores jóvenes en la fuerza laboral disminuya ligeramente en todos los países analizados. Esto es coherente con las tendencias internacionales, influenciadas en gran parte por el envejecimiento de la población de muchos países.

Otros factores también desempeñan un papel, como el de las personas que continúan trabajando para superar la edad, el talento y la escasez de retención en lugar de nuevas contrataciones. Las tendencias para el empleo de jóvenes en esta industria son más heterogéneas. Mientras Australia y Alemania verá ligeras disminuciones en las tasas de empleo de los jóvenes en la industria, se esperan aumentos para Francia y, lo más importante, Turquía. En este último, el porcentaje de jóvenes empleados en Viajes y Turismo crecerá un 38%, por lo que en 2023 el 30% de los empleados de la industria tendrán entre 15 y 24 años.

Bibliografía:

ⁱ Amnistía Internacional. *Declaración sobre la eliminación de la discriminación contra la mujer*. <http://www.amnistiacatalunya.org/edu/docs/e-dec-discrim.mujer.html>

ⁱⁱ Organización Internacional del Trabajo (1958). *Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación)*. http://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_1LO_CODE:C111

Organización Internacional del Trabajo (2006). *Promoviendo la igualdad de género*, http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_184031.pdf

ⁱⁱⁱ Horbath, J. y Gracia, A. (2014). Discriminación laboral y vulnerabilidad de las mujeres frente a la crisis mundial en México, en *Economía, sociedad y territorio*, vol. 14, núm. 45, mayo.

(Julio 2017)

TURISMO CULTURAL Y DESARROLLO LOCAL

Martha Aracelia Alonso Vives

Universidad Carlos Rafael Rodríguez Rodríguez

malonso@ucf.edu.cu

marthaaracelia69@gmail.com

Resumen:

Los procesos culturales son la fuente de la que surgen los recursos culturales. Una vez definidos, desarrollados y consolidados, se encontrarán de manera óptima para ser ofrecidos al turista cultural como un producto o servicio cultural, a través de las industrias culturales. Se obtiene un doble resultado en el que se encuentran tanto el desarrollo de la cultura como la economía; en este caso la economía de la cultura.

El resultado final es un desarrollo endógeno caracterizado por la diversidad de contextos socioculturales presentes en cada caso de estudio. Las estrategias de desarrollo local estarán permeadas por un carácter endógeno que fomentará soluciones fiscales locales a la solución de los problemas de las comunidades que son portadoras y contribuyentes a este desarrollo. El diseño de indicadores de medición no es una receta, sino un acto de creación; Directamente vinculadas a las particularidades de la propuesta endógena de desarrollo local.

Palabras clave: procesos culturales, industrias culturales, turismo cultural, desarrollo local.

INTRODUCCIÓN

El contenido del presente artículo forma parte de la investigación doctoral, en desarrollo, que se realiza en la provincia de Cienfuegos sobre el tema del turismo cultural. La literatura científica referida no abunda en el país. En el mundo se encuentra en revistas especializadas, en documentos e informaciones emanadas de los organismos internacionales que rectoran la actividad del turismo.

En él se abordan criterios del orden conceptual, teórico y metodológico referido a los procesos de formación y desarrollo de la cultura. El rol que juega la cultura al brindar una fuente inagotable de recursos por explotar en el orden económico. La oportunidad que tienen las industrias culturales al incorporar la diversidad y novedad emanada de la cultura. La posición que ocupa la economía de la cultura en el territorio y el desarrollo local; su enfoque estratégico y endógeno de desarrollo.

Dirigir la atención al análisis de la integralidad y sinergia que forman los procesos culturales en su formación y desarrollo; cómo estos contribuyen a formar recursos culturales tributarios de productos y servicios culturales susceptibles de ser transformados en productos y servicios culturales, listos para ser ofertados y comercializados por las industrias culturales y el consiguiente desarrollo endógeno resultante, así como las estrategias a seguir, es el objetivo del presente artículo.

DESARROLLO

Procesos culturales

El concepto de cultura es un concepto polisémico que con el devenir del tiempo ha evolucionado. Múltiples han sido los autores y organizaciones que han hecho sus aportes a dicho concepto. Hoy nos enfrentamos a un cambio de época, donde dicho concepto necesariamente exigirá una contextualización.

"Carlos Rafael Rodríguez definió que: "La cultura no es otra cosa que un repertorio de ideas y realizaciones" (232), connotando así según Guadarrama los componentes materiales y

espirituales (233) y en otro momento sostuvo que la cultura es ante todo una forma de vida o ha suscrito la idea de que la cultura es todo lo que no es naturaleza (234). Sin embargo la esencia de la presente investigación se suscribe y responde a la conclusión hecha por Guadarrama de que: " más que conceptos compendiadores - Carlos Rafael Rodríguez – ha ofrecido profundas reflexiones sobre el contenido y las formas de la cultura, sus funciones, proyección ideológica, etc. que bien pueden ser objeto de un estudio aparte" [1].

Este concepto breve mantendrá su vigencia, aun cuando la época cambie. Queda claro que todo lo que no es naturaleza es cultura. Todo cambio en la base económica, específicamente en las relaciones sociales de producción, se verá reflejado de forma explícita en la superestructura. La cultura es el vehículo idóneo, cual si fuera un termómetro, que nos permite medir los cambios de esta naturaleza. Caracteriza las particularidades de la conducta, la conciencia y la actividad de los hombres en esferas concretas de la vida social, como la cultura del trabajo, la cultura del modo de vida de la cultura artística, la cultura práctica, etc.

La cultura artística es una manifestación de la conciencia social, un reflejo dialéctico de las condiciones materiales de vida del hombre en su conciencia. Se presenta como el patrimonio cultural intangible acumulado por la sociedad constituyendo su expresión una forma de la conciencia social. Su expresión material parte de la propia realidad material, representa el patrimonio cultural tangible y se sustenta en procesos que entrañan relaciones sociales, económicas o no.

Desde tiempos antiguos se desarrollaron procesos culturales: La cultura popular nacida con el propio ser humano como ser social comprende todo el proceso de desarrollo y conservación de las expresiones culturales, las costumbres y las tradiciones de los pueblos a partir de un respaldo material rudimentario y artesanal generado por las propias comunidades y La cultura oficial representada por el desarrollo artístico, literario y arquitectónico sustentado materialmente por el Estado, la Iglesia y las capas dominantes, dio lugar a las grandes obras de la cultura universal.

La cultura teórica se encargará de servir de elemento viabilizador de aquella al posibilitar la comunicación de las experiencias de pueblo a pueblo, de generación a generación, de individuo a individuo, y de ese modo contribuir a la expansión de lo humano sobre el mundo natural. De las formas más concretas que se revela son: la capacidad del hombre de descubrir las leyes generales que rigen el desarrollo del mundo en sus diferentes esferas y que posibilitan la validez de la universalidad de sus conocimientos; la capacidad de cada uno de los conocimientos que penetran en la esencia siempre de lo singular; la habilidad para descubrir las interacciones objetivas que existen entre los objetos, procesos y fenómenos; la distinción entre las diferentes definiciones de los objetos, procesos y fenómenos; la elaboración de juicios sobre estos desde el punto de vista de la necesidad social; la rapidez en la elaboración de la información y el conocimiento de los límites de las posibilidades teórico-cognoscitivas y axiológicas, así como las perspectivas epistemológicas.

La cultura práctica es la necesidad y a la vez la costumbre que tiene el hombre de tener alguna ocupación, en ella se revelan sus limitaciones en el proceso creador, tiene que hacer concordar su actividad con la naturaleza de lo material y de otra preferentemente con la voluntad de otras personas. Se forja mediante el trabajo. Tiene lugar a través de la actividad de autorrealización del individuo. Condicionada por el conocimiento que posea de tales necesidades y por la disposición de los recursos necesarios para producir los objetos de consumo que deben corresponderse con las exigencias de dichas necesidades contribuye a formar la disciplina del trabajo. Debe considerar su existencia en tres sentidos: la cultura práctica vista como las relaciones del hombre con la naturaleza; como las relaciones interpersonales; y la actividad del hombre con respecto a sí mismo.

Las innumerables causas que condicionan la actualidad de los problemas teóricos y prácticos de la cultura encontramos: la crisis de la cultura burguesa contemporánea; el desarrollo de la cultura material con la impetuosa aceleración de las fuerzas productivas de manera anárquica; el auge de los movimientos de liberación nacional; la difusión expansiva prácticamente descontrolada de la cultura burguesa; al dominar el hombre las fuerzas de la naturaleza; la correlación existente entre la personalidad vista desde el punto de vista subjetivo e histórico objetivo en el proceso social; "Le es necesario aquella cultura que lo enseñe a luchar" y el incremento de publicaciones sobre los problemas de la cultura.

La cultura popular es aquella cultura producida por los distintos sectores populares en función de sus propias necesidades y en gran medida controlada por ellos. Expresa su condición

humana en toda su complejidad, sin reducirla a estereotipos. Su mayor virtud es que son siempre reales, comprobables.

A decir de Eduardo Galeano la cultura popular es multidireccional, desde su creación por la interacción directa de sus miembros y en función de sus propias necesidades. No es una cultura para ser vendida, a pesar de que muchas de sus creaciones tienen más valor de cambio que de uso, porque siempre estará expresando una conciencia compartida, un estilo, una visión del mundo, una profundidad por definición.

La cultura popular es la cultura del pueblo, no la que otros sectores hacen para el pueblo. Es el conjunto de valores y elementos de identidad que el pueblo preserva en un momento dado de su historia y también los que sigue creando para dar respuestas actuales a las necesidades. Las imposiciones culturales no forman parte genuina de la cultura popular, pero sí las apropiaciones que se dieron mediante un proceso selectivo y adaptativo. Es una cultura solidaria y compartida. Es más colectiva que individual. Los mecanismos producen la apropiación colectiva de lo individual. No exalta la innovación por la innovación misma. Suele ser original, lo original es lo que la remite al origen, lo que vincula sus creaciones a su proceso histórico, a su cosmovisión del mundo, a su concepción de las formas, deviene contracultural, un factor de penetración colonial. El préstamo es admitido pero deberá legitimarse dentro de este proceso, contribuyendo a dar respuesta a las necesidades colectivas entre las que siempre está presente la lucha para mejorar las condiciones vida: la lucha es en sí un acto cultural y un factor de la cultura. La más genuina cultura popular es la que sirve al mismo grupo que la crea.

Los procesos culturales de la cultura popular deben su sustentabilidad en gran medida a las políticas culturales de los estados, son ellos los máximos responsables de la preservación y desarrollo de la cultura popular. Su estudio y análisis debe llevar implícito el conocimiento de vocablos presentes. El de transculturación, expresa mejor las diferentes fases del proceso transitorio de una cultura a otra, no consiste solamente en adquirir una distinta cultura, que es lo que en rigor indica la voz angloamericana aculturación, sino que el proceso implica también necesariamente la pérdida o desarraigo de una cultura precedente, lo que pudiera decirse una parcial desculturación y además, significa la consiguiente creación de nuevos fenómenos culturales que pudieran denominarse neoculturación. Al fin en todo abrazo de cultura sucede lo que en la cópula genética de los individuos: la criatura siempre tiene algo de ambos progenitores, pero siempre es distinta de cada uno de los dos.

La cultura como proceso, como fenómeno en evolución se produce de diversas formas, por ello se plantea que su manifestación y existencia es a través de procesos culturales. Clasifican en tres grandes grupos:

1. De creación espontánea, de las masas populares: se producen de forma espontánea, directa e inmediata, por parte de la población, sin intervención externa y sin dirección especializada o técnica. Ej: los artesanos. Surgen asociados a necesidades materiales. Pueden ser individuales o colectivos. Se transmiten de padres a hijos. La divulgación se produce de forma espontánea y por la oralidad, directa, primaria; pero válida. Contribuyen a preservar y enriquecer de forma dinámica el patrimonio. La labor de las direcciones de cultura es apoyarlos moralmente, estimularlos, brindarles ayuda técnica y material en los casos que lo necesiten.

2. Procesos institucionalizados o de dirección de la cultura: se producen bajo la influencia y orientación especializada y técnica de las direcciones o las instituciones de la cultura. Especial cuidado hay que tener con la proyección y promoción del trabajo cultural teniendo en cuenta las etapas o fases: el estudio de investigación de la realidad de la situación cultural actual para establecer el diagnóstico social; la planificación del trabajo que vamos a realizar y la ejecución y el control de lo planificado.

Para reproducir los valores artísticos en nuestra sociedad socialista se organiza el sistema de instituciones culturales cuya misión básica y fundamental es desarrollar las capacidades creadoras del hombre, ampliar los intereses culturales de toda la población, aglutinar el público activo y estable, y promover nuestros más altos valores artísticos y literarios.

La planificación juega un papel fundamental en el proceso de desarrollo de la cultura. Para su eficacia es importante: definir y enunciar los objetivos y metas, que sean realistas; jerarquizar debidamente los objetivos teniendo en cuenta compatibilidad y complementariedad; articulación coherente de los diferentes aspectos; establecimiento del tiempo y ritmo del programa; determinación de un cambio efectivo respecto a la situación cultural inicial; garantizar la valoración efectiva y la flexibilidad. Cumplido su objetivo resulta necesario una Guía Operativa

para la Programación y la Organización efectiva de la actividad cultural. Es en este momento cuando tenemos que responder las siguientes interrogantes: ¿Qué se hace? ¿Por qué se hace? ¿Para qué se hace? ¿Cuánto se quiere hacer? ¿Dónde se quiere hacer? ¿Cómo se quiere hacer? ¿Cuándo se quiere hacer? ¿Quiénes lo van hacer? ¿Quién lo va hacer? ¿Con qué lo va hacer? La programación es la expresión cotidiana que tiene la cultura artística y la que mide permanentemente la eficacia de los objetivos que nos proponemos con cualquier colectivo artístico.

3. Procesos de participación consciente y activa de la población: el desarrollo de estos está determinado por la política cultural del país en la medida que la misma se dirige a propiciar procesos de acceso exclusivo, o de acceso y participación. Aquellos dirigidos a la participación activa y consiente de las masas en el desarrollo cultural. Es necesario disponer de una red de instituciones culturales como infraestructura para generar la actividad cultural. No solo se relacionan con la transformación del espectador pasivo en activo y consciente, sino con los procesos de creación, el desarrollo de un amplio movimiento de aficionados con una adecuada orientación metodológica.

Se trata de promover la creatividad popular. Requiere de una organización educacional, cultural y social que solo es posible en una sociedad socialista en la que un aspecto de la política cultural consiste en la búsqueda de fórmulas de participación popular en la creatividad artística y en la propia elaboración de la política cultural, el principio de la proyección democrático popular.

La animación es un conjunto de métodos y técnicas. Una metodología que se desarrolla a través de cuatro etapas: dinamización, impulsión, activación y puesta en marcha. Tiene como finalidad la participación con formas de intervención y actuación que la favorezca y propicien en todo momento. Se plantea como sociocultural porque el hecho cultural como construcción social envuelve la organización, vida e interacciones de esos grupos humanos y sociedades. La UNESCO definió la animación sociocultural como “el conjunto de prácticas sociales que tiene como finalidad estimular la iniciativa y la participación de las comunidades en el proceso de su propio desarrollo y en la dinámica global de la vida sociopolítica en que están integradas”: el cambio social; la transformación activa desde la base; la idea de democracia y el estado de derechos. Es el trabajo con grupos de personas, comunidades o sectores sociales para realizar proyectos e iniciativas desde la cultura para el desarrollo social.

Desarrollar la cultura es el mejor modo de garantizar su supervivencia, de imponer el respeto a sus valores. Los proyectos e iniciativas deben conquistar espacios para: encuentro comunitario, la creación, la toma de decisiones, el aprendizaje, las realizaciones de la cultura, el aspecto socioeconómico, la comunicación, el rigor colectivo, los aportes científicos, la formación especializada. El promotor cultural juega un rol decisivo. Su labor radica en estimular y hacer avanzar la actividad cultural. Enmarcado en cinco niveles: el rescate, la sistematización, la difusión, el desarrollo y la gestión estratégica.

Los procesos culturales convierten a la población en actor del desarrollo cultural. Constituyen el inicio o entrada del proceso que conforma el binomio Cultura-Turismo. Se pone de manifiesto cuatro problemas: las relaciones residente/visitante, los sistemas de medida del impacto, el cambio social y el cambio cultural. El turismo representa una forma de exposición de los residentes a elementos de sociedades con una cultura diferente, podemos considerarlo responsable de acelerar los cambios, pero nunca como un factor endémico y necesario para el desarrollo de los mismos. Los efectos iniciales sobre la gente, sobre sus vidas cotidianas, generalmente rápidos y claramente identificables (impactos primarios), se vuelven con el tiempo lentos, rutinarios (impactos secundarios) y mucho menos obvios tanto para los actores sociales como para la mirada del investigador.

Características como el nivel de desarrollo económico, la distribución espacial de la actividad turística en relación a otras actividades económicas, la resistencia de su cultura local y la actitud política pueden mostrar la forma en que un destino amolde y administre la actividad turística para maximizar los beneficios y minimizar los efectos negativos, tanto económicos como sobre la estructura social.

El visitante viaja con expectativas sobre el destino, algunas de índole cultural: las tradiciones, la gastronomía, la artesanía, el arte, la arquitectura o los elementos materiales de la historia, las celebraciones festivas y la música, etc., pero los efectos producidos van más allá de tales elementos culturales demandados. Los valores, la identidad, los patrones de uso de la tierra, la socialización de nuevas generaciones, las formas de organización doméstica, la percepción del

medio, la religión o la indumentaria, pueden verse modificados por la acción de los impactos secundarios del turismo. Los rutinarios, lentos y pausados son fruto del encuentro del turista y el residente local. Enfrentan un bagaje de estereotipos supuestamente útiles para este contacto, temporalmente limitado y repetitivo en su esencia, aunque no en sus actores. A largo plazo afectará definitivamente a ambas partes de la relación.

Como recurso al servicio del desarrollo, el patrimonio tiene valor por sí mismo. Representa la memoria colectiva de la población y un recurso potencial para su futuro. Realizada en el momento oportuno, la valorización del patrimonio no va en contra de la satisfacción de las necesidades actuales sino todo lo contrario. El reto hoy es integrar la protección y la valorización del patrimonio dentro de la perspectiva local de desarrollo.

Los defensores del patrimonio y los agentes de desarrollo local están llamados a colaborar. Los programas de desarrollo tienen que integrar en su planteamiento la valorización del patrimonio, vencer las amenazas que lo ponen en peligro y valorizarlo tanto como sea posible. Tienen que tener en cuenta las necesidades del desarrollo local y aprovechar todas las oportunidades de sinergia que presenten.

La renovación del patrimonio ha sido objeto de acciones específicas. La mejora de los pueblos. ¿Se puede pretender atraer a nuevos visitantes sin mejorar la imagen física de las localidades? ¿De qué serviría entonces invertir en alojamientos, en estructuras de animación, en campañas de promoción centradas en la calidad de la acogida o en la calidad de la vida de la población si no se atienden los espacios físicos arquitectónicos? Estos criterios se resumen en: calidad del patrimonio arquitectónico y religioso; pueblos con un potencial turístico por estar ubicados en un sitio interesante y en donde se ha desarrollado por iniciativa de particulares o entidades locales, la capacidad de alojamiento. Esta acción ha aportado soluciones tanto a nivel de patrimonio arquitectónico abandonado (se ha fomentado la construcción de viviendas de alquiler o la relocalización de actividades comerciales o servicios a la población) como a nivel de la mejora de la imagen (ocultamiento de las líneas eléctricas, utilización de materiales tradicionales, integración del mobiliario urbano, establecimiento de señalizaciones bilingües, embellecimiento de los pueblos con trabajos de jardinería, etc.).

Desde una perspectiva amplia se podría considerar patrimonio turístico al entorno natural, cultural y monumental de un área determinada. Incluye el patrimonio cultural constituido por monumentos y edificios, obras de pintura y escultura, obras conjuntas del hombre y la naturaleza, todas ellas con valor universal; también se incluiría el patrimonio natural constituido por formaciones geológicas, físicas, zonas biológicas, de hábitat animal y vegetal de gran valor desde el punto de vista científico y paisajístico. El carácter dinámico y flexible del patrimonio, su fragilidad y marcado carácter no renovable y la presión ocasionada por el turismo cultural sobre el mismo puede provocar su destrucción. Se origina una paradoja con relación al patrimonio cultural: el desarrollo del turismo y la conservación del patrimonio.

Como consecuencia surge el concepto de sostenibilidad y la búsqueda de aplicación de modelos de desarrollo sostenible al ámbito turístico. Los modelos persiguen la integración del turismo, compatible con la sociedad y la economía local, respetando el medio ambiente y el patrimonio urbanístico; preservando los recursos que integran el patrimonio para futuras generaciones y repartiendo equitativamente los resultados de las actividades económicas generadas en torno a él. Superar la etapa promocional del turismo cultural y avanzar en la aplicación de modelos de gestión del patrimonio con el objetivo de concebir el sitio turístico de forma íntegra: naturaleza, cultura y economía de su zona. Esta gestión del patrimonio debe ser compartida con los agentes que intervienen en la actividad turística.

Industrias culturales

El bien cultural toma el nombre de producto cultural cuando se establece en un soporte o medio necesario para su difusión; estos productos se caracterizan por su hibridación al incluirse varios productos en un mismo soporte. Ej: videos clips; mezclan la imagen y el sonido. El producto cultural es el resultado de la creación artística. Considerado como la expresión del artista materializado por la técnica y eventualmente reproducido por un soporte de difusión, estableciendo una relación de comunicación entre el creador y el consumidor, cuyo consumo no se reduce por tanto, a un componente utilitario, sino que adquiere dimensiones simbólicas que se dirigen a la subjetividad del consumidor. Parten de un proceso de creación único, aun cuando la difusión se sirva de las técnicas de reproducción, su consumo establece una relación de comunicación entre el creador y el consumidor; su producción no siempre es susceptible de

aumentos de productividad; a diferencia de una buena parte de los bienes su valor puede incrementarse con el tiempo, puede ir cambiando y su ciclo de vida depende del tipo de manifestación artística que lo origina. En determinados momentos pueden constituir una inversión y se protegen a través del derecho de autor y derechos conexos. Según el modo de producción y el soporte de difusión pueden clasificarse en tangibles o intangibles.

Existen productos que parten de una definición más amplia de cultura. Podría definirse al producto cultural como un bien o servicio cuyo origen es la creación, portador de valores simbólicos que satisface necesidades espirituales y se distingue por poseer de manera diferenciada un valor cultural y un valor económico, que no siempre son coincidentes. Ejemplos son: los productos de las artes plásticas destinados a la venta; los museos, exposiciones, sitios de valor histórico, artístico o típico que se comercializan con fines turísticos; los espectáculos en vivo; los libros, la música grabada, el filme cinematográfico, grabaciones de video, programas de radio y televisión.

Dos aspectos a tener en cuenta en los productos culturales son su valor cultural y su valor económico. El valor cultural es muy difícil de medir por lo abstracto, por estar referido al valor estético espiritual, simbólico, de autenticidad, rareza, etc. Puede incrementar el valor económico, pero no hay una relación directa; el precio sí es un indicativo del valor económico en determinado momento, específicamente con relación a su valor de mercado. El valor económico está asociado a la transacción comercial que se puede hacer con el producto. Tiene dos componentes el valor contable y el valor de mercado, o sea, el que le asigna el mercado a partir de reconocerle un valor de cambio.

La valorización de la producción cultural ofrece problemas desde el punto de vista teórico que exige un tratamiento no convencional. Las peculiaridades de gran parte de los bienes y servicios culturales, así como la especificidad de su demanda, determinan reglas de formación de valor y de precios, que no encuadran adecuadamente en los marcos teóricos existentes en las ciencias económicas. Productos únicos, sin equivalentes, productos industrializados pero con un valor de uso ligado a la personalidad del creador, valor determinado por el contenido inmaterial de las obras, carácter perecedero y efímero de numerosos productos culturales con un corto ciclo de vida, sanción social del valor de los bienes y servicios mediante una demanda altamente inestable y difícilmente medible a priori serían, entre otras, factores que incidirían en estas dificultades teóricas. (Stolovich, 2002 p. 35) [2].

Tanto las características de los productos culturales como las peculiaridades del mercado cultural y la necesidad de su regulación por las políticas culturales, marcan diferencias sustanciales de la gestión comercial en las industrias culturales. Su gestión debe estar encaminada a la generación de utilidades, debe considerar que al valor económico debe aparejarse un valor cultural, que permita llevar al mercado un producto con valores simbólicos que aporte al desarrollo cultural e integrarse a lo mejor de la cultura universal y una integración regional a partir de políticas integradas e integrales que tengan como objetivo preservar la diversidad, fomentar el desarrollo social y económico.

El rol de la industria cultural es transformar su valor de uso único y aleatorio en valor de cambio múltiple y efectivo, convirtiéndolo en una mercancía cultural. Ej: una pintura es un bien cultural cuando está expuesta en una galería para el disfrute, una vez que se vende se convierte en un producto cultural.

La Comisión Cultura-Turismo juega un rol importante en la actividad de las industrias culturales. La cultura se está convirtiendo en una motivación para viajar a Cuba. Cienfuegos, ciudad patrimonio de la humanidad, está ocupando un espacio importante como destino turístico del Caribe. La modalidad de turismo cultural crece teniendo como fuente los viajes de cruceros, el turismo de tránsito y el que gestionan varias agencias de turismo, en especial la agencia de viajes Paradiso, especializada en turismo cultural.

Turismo cultural

El concepto de turismo cultural al igual que el de patrimonio y el de cultura ha evolucionado con el desarrollo de la actividad turística y la sociedad. Teniendo en cuenta el estudio realizado por diferentes autores y organizaciones definimos al turismo cultural de dos formas: ampliada y en síntesis. En su forma ampliada el turismo cultural es el movimiento de personas (turistas o viajeros) desde su lugar de residencia hacia un lugar de destino (sitio, lugar, comunidad, localidad, región o nación) motivados por necesidades culturales (conocimientos, arte, cultura, intercambio de experiencias vividas y/o compartidas con los compañeros de viaje y/o con los

residentes del lugar de destino; individual o colectivamente, etc.); de forma mediatizada (a través de documentos impresos y/o digitales: plegables, revistas, audiovisuales, etc.) y no mediatizada (puede tomar dos variantes; formal: cuando se realiza guiada a través de personal especializado y no formal: cuando el intercambio se efectúa espontánea y directamente); a su vez proporciona un desarrollo que se expresa en tres dimensiones fundamentales: turismo, cultura y localidad; que se integran y complementan entre sí y con el entorno en que se desarrollan.

En la dimensión turística presupone el aumento del movimiento de personas de uno o varios lugares de partida a otro u otros lugares de llegada, con comportamiento de tránsito o estancia. En la dimensión cultural presupone la reafirmación de la identidad cultural del lugar objeto de turismo cultural, el intercambio con otra u otras culturas de forma individual o colectiva además del crecimiento y desarrollo de los procesos culturales, resultado del intercambio, el aumento de las producciones de productos y servicios culturales, apertura de nuevas fuentes de ingreso y empleos, etc. La dimensión del desarrollo local caracterizada por la retroalimentación resultante del proceso de desarrollo de las dimensiones anteriores donde el lugar objeto de turismo cultural participa de forma activa y consciente a través de proyecto y/o solución a los problemas sociales como alternativa estratégica o vía para lograr el desarrollo local.

En síntesis el turismo cultural se analiza en cuatro direcciones: motivación, lugar, consumo y resultado final, por lo tanto, es el movimiento de personas desde su lugar de residencia hacia un lugar de destino motivadas por necesidades culturales accediendo a su satisfacción de forma mediática o no; lo que proporciona un desarrollo expresado en tres dimensiones: turismo, cultura y desarrollo socioeconómico local que se integran y complementan entre sí y con el entorno en que se desarrollan. [3].

Considerar al Turismo Cultural una variable estratégica e importante alternativa para el desarrollo local es un reto, a pesar de estar contemplado en los Lineamientos de la Política Económica y Social de la Revolución. Los encadenamientos productivos generados por este, hoy constituyen un terreno virgen para investigar, los yacimientos de empleo generados y cuanto puede contribuir las industrias culturales a mejorar la economía del territorio son aspectos hacia los cuales hay que dirigir la mirada. Su realización no sólo implica la participación de aquellos viajeros que se desplazan motivados por el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad, sino que puede llevarse a cabo de forma paralela a otras modalidades de turismo.

Esta actividad facilita a la vez los procesos culturales en las formas analizadas anteriormente. Es un fuerte promotor de la cultura local lo que contribuye al desarrollo económico y social de determinadas áreas y ciudades. Las causas fundamentales que han propiciado el auge del turismo cultural en nuestro país lo constituye la sociedad cubana, su condición de país bloqueado en apertura al diálogo con el país que lo bloquea, su cultura, su mestizaje cultural a decir de Don Fernando Ortiz, la combinación perfecta entre la tranquilidad ciudadana, la instrucción y educación de su pueblo y las bondades de su naturaleza y clima.

El turista cultural está ávido por conocer de la cultura de nuestras comunidades cubanas, sus costumbres, estilos de vida y modos de actuación; pero son las comunidades las que construyen la cultura, la enriquecen y desarrollan. A través del turismo cultural pueden crearse rutas y espacios donde la comunidad intercambie con otras culturas. El empoderamiento de estas en la defensa de los valores identitarios son quienes hacen posible el desarrollo de la actividad turística, de modo tal que ambas culturas sean enriquecidas en el proceso de intercambio cultural propiciado por la actividad turística sin que este intercambio lleve a un proceso de parcial desculturación. El desarrollo de esta actividad puede generar nuevas fuentes de empleo que contribuyan al desarrollo cultural partiendo de una propuesta endógena de la comunidad que tribute al desarrollo de la localidad.

Desarrollo local

Una definición de Mayra Paula Espina Prieto nos acerca al concepto de desarrollo local cuando plantea: "...en las teorías del desarrollo, como regla, el territorio había quedado constreñido a la condición de eslabón de réplica de lo nacional, su peculiaridades eran consideradas como obstáculos u oportunidades, ventajas comparativas o competitivas, pero siempre dentro de una lógica del encuadre nacional como el foco estratégico, minimizando el papel de las sociedades y los actores locales y sus potencialidades de autotransformación".

El desarrollo local es la amalgama que mezcla los procesos culturales, las industrias culturales y el turismo cultural. Es el resultado de esa mezcla. Administrarla, gestionarla de forma sostenible y sustentable es un llamado a emplear el turismo cultural como elemento decisor de la economía de la cultura de una región dada.

Algunos Desafíos para el Desarrollo Integral Territorial en Cuba son: el limitado enfoque estratégico en los procesos que conducen los territorios, la desarticulación entre actores locales e insuficientes competencias para asimilar la complejidad y los enfoques del desarrollo local, la limitada participación ciudadana en los procesos de desarrollo local, la inexistencia de un marco jurídico que regule los procesos de descentralización en la gestión pública del desarrollo local (niveles de autonomía, competencias, funciones, políticas e instrumentos), el predominio de la centralización y enfoque sectorial en la gestión de políticas públicas, la insuficiente articulación entre los Órganos de Administración Central del Estado, los Consejos de Administración Provincial y los Consejos de Administración Municipal en el proceso de planificación territorial.

En la localidad también se reflejan estos problemas antes mencionados, de ahí que los Objetivos básicos del Desarrollo Integral Territorial sean:

1. La transformación del sistema productivo local.
2. El crecimiento de la producción y los servicios.
3. Incrementar el empleo con equidad social.
4. Mejorar el nivel y calidad de vida de la población.

Constituyen desafíos para nuestra localidad: el atenuar las disparidades del desarrollo territorial-municipal a partir de combinar de los mecanismos de la planificación y la autogestión; implementar Estrategias de Desarrollo Municipal a partir de las oportunidades y potencialidades endógenas hacia la sostenibilidad del territorio; articular emprendimientos que promueva encadenamientos productivos para potenciar Proyectos Locales que dinamicen la economía y conecten el sector Rural con las dinámicas de la Ciudad.

Al analizar el desarrollo económico territorial vemos sus ejes prioritarios: Encadenamientos productivos para la agroindustria en cadenas cortas de suministros; encadenamientos productivos de pequeñas industrias locales; encadenamientos de servicios para satisfacer las nuevas demandas territoriales y la creación de productos turísticos. Por otra parte las capacidades en la gestión territorial para el desarrollo sostenible tiene como ejes prioritarios el fortalecimiento de capacidades para el diseño e implementación de las estrategias de desarrollo económico-social en el territorio; el desarrollo de competencias para la construcción de proyectos locales orientado a la formación de capacidades para potenciar el desempeño económico e interacciones para la gestión territorial y la articulación del Sistema Local de Gestión de Conocimientos y la Innovación en el territorio.

Los procesos de articulación para continuar preservando el desarrollo social comunitario y medio ambiente tiene como ejes de prioridad los servicios existentes en las comunidades, la gestión del hábitat, las fuentes de energía renovable y la conservación del medio ambiente.

Todas estas políticas contenidas en el desarrollo integral territorial se reflejan en el los sectores económicos estratégicos donde la cultura y el turismo tienen un espacio de vanguardia con el objetivo de fomentar actividades de baja dotación de capital en pequeñas y medianas empresas que tributan a encadenamientos productivos con empresas principales y al desarrollo local.

Tenemos como debilidad a resolver que Cuba ha desarrollado la cultura de una forma dispar a las industrias culturales lo que resulta contradictorio, teniendo un sistema de financiamiento cerrado haya alcanzado cerca del 4 % del PIB en los últimos años. Las industrias culturales en los difíciles años de la década del noventa del siglo pasado fueron capaces de sostener toda la actividad cultural del país. Aquí tenemos una evidencia de una muy frase muy conocida: Sí se puede. Ahora surge una interrogante de este contexto de la primera década del siglo XXI: ¿Si antes en los momentos críticos se pudo. Ahora por qué no?

Proponer soluciones endógenas a nuestros problemas es la tarea actual. La solución está ahí latente, esperando ser observada, entonces ¿qué nos falta? Nos falta cambiar nuestra forma de pensar. Nos falta cambiar el pensamiento parcelado y sustituirlo por un pensamiento con unidad de acción. Nos falta dialogar, desarrollar estrategias de conjunto ambos ministerios, Cultura y Turismo además los órganos de gobierno local. El desarrollo de estrategias aisladas solamente tributa a una porción ínfima de cuanto podemos lograr si nos unimos. Unirse no significa disolverse, fusionarse, significa división de tareas concretas coordinadas, integradas

de forma sinérgica, en espacio y tiempo, con un objetivo común: el desarrollo cultural y local. Interpretar el problema desde esta perspectiva nos acerca más rápido a la solución y el tiempo de respuesta, indudablemente disminuye.

CONCLUSIONES

1. El desarrollo alcanzado por los procesos culturales en la etapa de conformación de la identidad cultural ha contribuido a la consolidación de la cultura popular y su autenticidad.
2. Las políticas culturales establecidas por el Estado cubano han permitido el desarrollo de los procesos culturales, su expansión y multidireccionalidad capaz de dar respuesta oportuna y precisa a las contraculturas.
3. El potencial económico que existe en el turismo cultural como fuente generadora de ingresos y desarrollo cultural es vía para la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social.

REFERENCIAS

1. Leer más at <http://www.monografias.com>
2. Gutiérrez G (2010) Teoría y práctica de la gestión cultural. Centro Nacional de Superación para la Cultura, La Habana.
3. Alonso M (2016) Cienfuegos: opción para el turismo cultural, CD, Conferencia Internacional de Ciencias Econ. y Emp., Camagüey, Cuba, 2016.

BIBLIOGRAFÍA

- Almazán del Olmo, Sonia, & Torres Moré, Pedro. (2007). Panorama de la cultura cubana. Antología. La Habana: Editorial: Félix Varela.
- Colectivo de Autores. (1976). Carta de turismo cultural. Adaptada por ICOMOS. Retrieved from www.icomos.org/docs/tourism.-es.html-ak.julio/2005
- Colectivo de Autores. (n.d.). Política de turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio. Ministerio de Cultura, Ministerio de Comercio , Industria y Turismo.
- García Canclini, Néstor. (1991). La Globalización, productora de culturas híbridas. México: Grijalbo.
- _____. (1997). Todos tienen cultura. Quiénes pueden desarrollarla. México: Grijalbo.
- Guanche, J. (19 de mayo del 2017). Conferencia: *Turismo cultural*.

Martha Aracelia Alonso Vives, Lic. en Economía, MSc. en Administración de Negocios. Asistente. Ocupa el cargo de Profesora Principal de Año (3ro) en la carrera de Economía de la Fac. de Ciencias Económicas y Empresariales, en el Dpto. de Estudios Económicos. Preside la Sociedad Científica de Economía de la Cultura, con tema de investigación doctoral el Turismo Cultural.

Martínez, J. (4 de junio del 2017). Cienfuegos construye hoy su mañana sociocultural. *5 de Septiembre*. <http://www.5septiembre.cu/>

Rey, J. (14 de febrero del 2017). Conferencia: *Desarrollo Local*.

LOS EMPRENDEDORES EN TURISMO.

Las nuevas generaciones y los desafíos y oportunidades ante coyunturas económicas cambiantes.

Liliana María Dieckow

Universidad Nacional de Misiones (UNaM) Posadas,
Misiones, Argentina
lilianadie@gmail.com

RESUMEN

Esta ponencia está basada en los resultados parciales de tres proyectos de investigación universitarios desarrollados entre los años 2011 y 2016, en la provincia de Misiones (Argentina). Se destaca que los emprendedores aportan al crecimiento y desarrollo económico de una ciudad, región o país. Puntualmente, los emprendimientos en turismo, requieren de personas con competencias y habilidades ante las nuevas tendencias turísticas, las coyunturas económicas cambiantes y habitualmente negativas y en escenarios de frontera. La “Generación Y” o “Millennials” incluye a personas con alta capacidad de adaptación, por su dinamismo, productividad y fijación de metas. En esta ponencia, a través de fuentes secundarias y primarias (método cuali- cuantitativo), se analizó cómo en la educación formal superior en turismo, se incluyen muy pocos contenidos sobre Emprendedurismo y las particularidades de la nueva “Generación Y” actores fundamentales en el mercado laboral, empresarial y demandante de servicios turísticos. Finalmente, se analizaron distintas tipológicas de emprendedores y su capacidad de resiliencia y adaptación ante entornos cambiantes y de frontera.

PALABRAS CLAVE: emprendedores en turismo, Generación Y, coyuntura económica cambiante, zona de frontera.

Introducción

El turismo es una actividad económica y social relevante en diversos países por sus posibilidades de generación de empleo, apertura de empresas y aporte al desarrollo local. Así, se sostiene que la mayor parte de las empresas de turismo son pequeñas y medianas (PyME) y que las mismas presentan ventajas y desventajas muy concretas.

La mayor parte de estas Pymes surgen como emprendimientos cuyos propietarios - profesionales universitarios o no del turismo - se encuentran ante escenarios económicos cambiantes, que suelen ser aun más complejos en zonas de frontera, como lo es la provincia de Misiones, Argentina.

Asimismo, en los últimos años han surgido nuevas tendencias y modalidades de turismo (como el turismo de aventura, de naturaleza, turismo de reuniones, 1x1, entre otros), y nuevos tipos de visitantes quienes están más informados y exigentes al momento de la prestación del servicio, lo cual requiere no solo de la existencia de personal calificado, entrenado y proactivo, sino además de empresas preparadas para diseñar, prestar y vender sus servicios turísticos de manera diferenciada y especializada, poniendo en valor elementos no desarrollados por la competencia.

Además, nos encontramos ante coyunturas económicas cambiantes. Como destaca Andrés Pallaro vicerrector de Innovación, Investigación y Posgrado de la Universidad Siglo 21 *"Vivimos en entornos cambiantes, donde las empresas deben*

aprender y adaptarse a los cambios económicos, sociales y ambientales de manera permanente." (<http://www.lanacion.com.ar>. Página visitada el día 24/07/16).

Concretamente, en el contexto actual de la República Argentina, con indicadores macroeconómicos negativos como la inflación (más del 40% en el año 2016), altas tasa de interés bancarios y la pobreza (que supera el 30% de la población) y elevado desempleo, el estancamiento económico de la Argentina se ha puesto de manifiesto la necesidad de crear nuevas empresas en general y en el sector turístico en particular (considerando su variada y excepcional oferta de atractivos naturales y culturales), destacando en dicho proceso la figura del emprendedor. Como señala la OCDE *"El progreso económico y social de cualquier país depende, en gran medida, de la excelencia de los procesos de creación de nuevas empresas"* (OCDE; "The Definition and Selection of Key Competences. Executive Summary", París, 2005 in Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016).

Esto es particularmente importante en el sector turístico, por su relevancia social, económica y medioambiental, lo cual se pone de manifiesto en informes como el del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2012 que destacaba que: *"el emprendimiento es imprescindible para el crecimiento económico en una época de crisis económica y global, como la que padecemos actualmente"* (Ripollés, M.; "Aprender a emprender en las universidades", Arbor, Vol.187, núm. 3, 83-88. 2011 in Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016).

Por otra parte, los nuevos emprendedores son generalmente personas nacidas en los últimos 20 años - conocidos como "Millennials" o "Generación Y"- quienes tienen particularidades en relación a sus motivaciones y satisfacción, entre ellas con su trabajo (en relación de dependencia), como emprendedores o como demandantes de servicios turísticos.

Entonces, en función a todo ello, se formulan las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué competencias para ser emprendedores tienen los graduados de carreras universitarias de turismo en Misiones?, ¿Qué tipo de emprendedores son los más frecuentes en la actualidad?, ¿Qué desafíos y oportunidades identifican los emprendedores turísticos de Misiones ante los cambios de coyuntura económica en la zona de frontera?.

Esta ponencia presenta resultados parciales de tres proyectos de investigación que he dirigido y que se han desarrollado entre los años 2011 y 2015: *"La profesionalización de los graduados universitarios en turismo en Misiones. Análisis de competencias, desempeño y propuestas de mejora"*, 16H/321: *"El mercado de trabajo y empleo de profesionales en turismo en Misiones. Análisis de la inserción, movilidad y nivel de salarios"* y *"Diagnóstico del destino turístico Posadas - Encarnación (2015-2017)"* de la Secretaría de Investigación y postgrado de la FHyCS, UNaM, Posadas, Argentina.

Objetivos

Objetivo general

- Analizar a los emprendedores en turismo (particularmente los de la Generación Y) los desafíos y oportunidades que tienen en la zona de frontera de la provincia de Misiones (Argentina), ante coyunturas económicas cambiantes.

Objetivos específicos

1. Evaluar la formación por competencias y perfil emprendedor de los graduados en turismo en universidades en la Provincia de Misiones.
2. Caracterizar el nivel y tipo de Emprendedurismo en los profesionales en turismo en la provincia de Misiones, Argentina.
3. Analizar las particularidades de los emprendedores de la Generación Y.
4. Analizar los desafíos y oportunidades que poseen los emprendedores de turismo de Misiones, ante las coyunturas económicas cambiantes.

Desarrollo

El turismo es una importante actividad socio - económica en muchos países. Así, a escala global generó en el año 2010 cerca del 9% del Producto Bruto Interno (PBI) mundial y ocupó a 235 millones de personas, es decir, el 8% del empleo mundial según la Organización Internacional del Trabajo (<http://www.turisticaonline.com>. Página visitada el día 25/03/11). Esta actividad representa el 30 % del PBI de servicios en los países desarrollados y el 45% del PBI de servicios en los países en vías de desarrollo (<http://www.argentina.ar>. Página visitada el día 01/07/10).

La World Travel and Tourism Council (WTTC), sitúa su contribución al PIB mundial al 10,7% y espera que sea del 11% en 2011. El número de personas empleadas en el sector es de 207 millones, lo que representa un 8,2% del total del mercado laboral mundial. Se estima que esta cifra crecerá hasta 260 millones de empleados, 9% del total, en 2011” (Lorente De Casas, A. e.a.; “Economía y turismo. Prácticas”. Mc Graw Hill, España, 2005).

Específicamente en la Argentina, según la Cámara Argentina de Turismo (CAT), la Actividad Económica de Turismo y Viajes (AETV) aportó en 2008 el 7,7 por ciento del PBI y un 7,7 por ciento del empleo total del país (<http://www.clarin>. Página visitada el día 13/012/09), reduciéndose en 2009 al 7,25% del PBI (<http://www.apertura.com>. Página visitada el día 09/09/10) y para el 2010 un aporte del 9,6% del empleo total y se estima en un 10% la tasa de crecimiento anual del turismo receptivo hasta 2011(<http://www.argentina.ar>. Página visitada el día 30/08/10)

Concretamente, en la provincia de Misiones, el turismo es una actividad socio económica que alcanza el 15% del Producto Bruto Geográfico (PBG) (IPEC, Misiones, 2016).

Esta ponencia espera contribuir con el conocimiento acerca de los desafíos y oportunidades que tienen los emprendedores turísticos (especialmente de la Generación Millennials) en la zona de frontera que comprende la provincia de Misiones (Argentina) y que limita con las Repúblicas de Brasil y Paraguay, e identificar el tipo de emprendedor turístico profesional más frecuente en el área de estudio.

Marco teórico

Al analizar la definición de **emprendedor**, desde la primera definición conocida dada por Richard Cantillón (año 1732) quien describió al mismo como “*la persona que crea una empresa asumiendo por ello riesgos,*” infinidad de aportaciones se han ofrecido para describir al emprendedor.

En base a Shane (2003) las cualidades o rasgos del emprendedor se pueden clasificar en dos grupos de factores: factores no psicológicos o contextuales (la disponibilidad de recursos o los antecedentes familiares, por ejemplo) y factores psicológicos o cualidades personales (motivación, vocación, etc.). Shane sostiene que de los dos grupos de factores mencionados las características psicológicas del emprendedor se han mostrado especialmente relevantes en la literatura. Otros investigadores como Alemany, Álvarez, Planellas y Urbano (2011) consideran que el atributo esencial de un emprendedor es precisamente su *espíritu emprendedor*. Según los autores citados el espíritu emprendedor incluye el descubrimiento y estudio, por parte del sujeto que emprende, de las fuentes de oportunidades, así como la implementación de procesos de explotación las mencionadas oportunidades. (Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016).

Gustavo Pina, director de Professionals en Randstad Argentina, dice que “*el espíritu del emprendedor puede aparecer y fomentarse en cualquier persona, no sólo en quienes emprenden un startup o un negocio independiente*” (<http://www.lanacion.com.ar>. Página visitada el día 24/07/16).

Destaca Juan Alberto González en su ponencia del año 2016 en el marco del Congreso de Turismo y Desarrollo, hoy en día tiene especial importancia el concepto de competencia (Marina, 2010). En el contexto empresarial, el autor destaca que los primeros trabajos sobre las competencias fueron desarrollados por Boyatzis (1982), McClelland (1973) y Spencer y Spencer (1993), y ya en estos primeros trabajos se afirma que la competencia incluye conocimientos (saber), pericia (saber hacer) y valores (saber ser/estar) para que un sujeto realice una actividad – en nuestro caso emprender un proyecto empresarial - con éxito en un contexto dado, como es el turístico. También se acepta que las competencias constituyen un set integrado de variables cognitivas (actitudes, creatividad), variables conductuales (hábitos), variables emocionales (inteligencia emocional) y variables sociales (comunicación, empatía). Por último, el sujeto competente gestiona de manera integrada y equilibrada los aspectos relacionados consigo mismo, con los demás y con un proyecto o tarea determinada (González y Wagenaar, 2005 in Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016).

Recuerda González que como dice Marina (2010), las competencias para emprender están relacionadas con la respuesta a demandas complejas movilizandolos recursos psicológicos y sociales en un entorno concreto. Incluyen la aceptación del cambio, la necesidad de asumir riesgos, así como el desarrollo de la creatividad, la innovación y el sentido crítico. Ser competente para emprender también implica asumir la responsabilidad de las propias acciones, establecer un proyecto con objetivos (organizando tiempo y recursos), tener motivación para lograr el éxito, cooperar y

actuar de manera decisiva. Conlleva el conocimiento de oportunidades existentes con el fin de identificar las más adecuadas, evaluar alternativas de manera flexible y transformar las ideas en acciones liderando el proyecto. Sostiene además que en la actualidad se acepta que la competencia para emprender constituye en realidad un conjunto de competencias, no sólo una (Colombo y Grilli, 2006 in Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016).

Destaca también que desarrollar la competencia para emprender implica, necesariamente, poseer competencias para dirigir el proyecto posteriormente, una vez creado o transformado (por más que algunas de las competencias para emprender puedan ser útiles para dirigir la empresa) (Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016).

Por su parte, el autor argentino y político Andy Freire dice que la economía mundial está cambiando de paradigma pasando de la estabilidad, especialización y homogeneidad a la turbulencia, diversidad y heterogeneidad. En este escenario, la innovación marca la pauta y el rol diferencial les cabe a los emprendedores. Para este autor, la Argentina es uno de los países más emprendedores del mundo y sin embargo, posee una de las tasas de éxito de proyectos más bajas del planeta (alrededor del 80% de los proyectos no sobreviven los dos años) y destaca que *“aunque tenemos espíritu e iniciativa, no siempre se toman las decisiones correctas y eso es grave: perdemos la oportunidad de que nuestra impresionante cultura emprendedora se transforme en el motor que permita al país consolidar un modelo de estabilidad económica sostenible en el tiempo”* (Freire, A.; “Argentina emprendedora”. Aguilar, Buenos Aires, 2015).

Freire sostiene que son varias las definiciones posibles *“aunque la piedra fundamental la ha puesto Joseph Schumpeter quien ubicó en el centro de su teoría sobre el desarrollo económico a los emprendedores. Para las acciones que consisten en llevar a cabo innovaciones reservamos el término empresa, a los individuos que las llevan a cabo los llamamos emprendedores. Para el romper las estructuras de mercados existentes y barrer con el equilibrio competitivo era una de las funciones primordiales de un emprendedor”* (Freire, A.; “Argentina emprendedora”. Aguilar, Buenos Aires, 2015).

Sigue diciendo Freire que el factor clave de la teoría de Schumpeter es la innovación, destacando que *“la innovación emprendedora es la fuente de productividad de las sociedades capitalistas.”* Complementado con esta mirada, los economistas Steven Kreft y Russell Sobel destacaban en 2003 que un emprendedor es *“un individuo que asume el riesgo financiero de desarrollar o gestionar un proyecto basado en una innovación o idea novedosa.”* (Freire, A.; “Argentina emprendedora”. Aguilar, Buenos Aires, 2015).

Cita Freire a Martín Carree y Roy Thurik quienes dicen que el Emprendedurismo es *“la capacidad y voluntad de individuos, sea por su cuenta, dentro o fuera de organizaciones existentes, de percibir y crear nuevas oportunidades económicas e de introducir sus ideas en el mercado, en un contexto de incertidumbre y otros obstáculos, a partir de la toma de decisiones sobre lugar, forma, y usos de*

recursos e instituciones”. (Freire, A.; “Argentina emprendedora”. Aguilar, Buenos Aires, 2015).

Freire sostiene que los conceptos centrales del universo emprendedor son la oportunidad, la innovación, la creación, el recurso, el riesgo, la gestión, la organización, la decisión y la productividad. Pero más allá de estos conceptos, el emprendedor es de cierta manera un héroe, pues encarna valores que la sociedad en su conjunto aprecia destacándose el liderazgo, el esfuerzo, la pasión, la visión y la superación. Son social y económicamente sinónimos de dinamismo.

Andy Freire identifica varios tipos de emprendedores: a) emprendedores de alto impacto que son aquellos que lanzan compañías que generan cambios en la estructura económica y nuevos tipos de empleo como las empresas Endeavor y Mercado Libre.com, b) emprendedores de autoempleo, que son aquellos que emprenden como medio de subsistencia, emprenden sin utilizar herramientas, procedimientos y recursos de ecosistemas de emprendedores tradicionales, ni cuentan con una visión proyectada de expansión y generalmente no explotan oportunidades de mercado e inclusive puede ser que no se reconozcan como emprendedores. De esta categoría forman parte miles y miles de individuos, c) emprendedores de impacto medio o bonsái que son aquellos que no generan un gran impacto por cuestiones de escala pero tampoco son emprendedores de autoempleo porque desarrollan estructuras sostenibles que dan trabajo a varias personas. Tienen casi todos los mismos rasgos de un emprendedor de gran impacto pero en menor escala por tamaño de mercado, problemas de financiamiento o capacitación. También se parece a los de autoempleo pues muchas veces se inician por necesidad aunque al hacerlo tratan de detectar una gran oportunidad de forma poco empírica, asumen riesgos y toman decisiones no adecuadas que les puede llevar al fracaso, y d) emprendedores de impacto social que son personas con soluciones innovadoras para los problemas más acuciantes de la sociedad, son ambiciosos y persistentes en su lucha por asuntos sociales para provocar cambios a gran escala. “*Aplican estrategias de mercado para alcanzar un fin social*” (Freire, A.; “Argentina emprendedora”. Aguilar, Buenos Aires, 2015).

Por su parte, Alejandro Gómez aporta una nueva clasificación con dos tipos de emprendedores:

a) Los tomadores de riesgos, personas que se animan.

b) Los buscadores de mercados devaluados. Los cuales pueden ser:

1. Buscadores de nuevas oportunidades de negocios. Como sostenía Kirzner (1973: 79 in Gómez, A.; 2013: 7), el emprendedor altera el sistema de producción tradicional y el mercado, creando nuevas formas de hacer las cosas y nuevas cosas para que la gente pueda hacer.

2. Sujetos que están alertas ante nuevas necesidades insatisfechas del mercado.

Así, Mises (1966:254) dice que ser emprendedor significa actuar reaccionado a los cambios que ocurren en el mercado. Kirzner dice que el emprendedor está en actitud de “estado de alerta” (Kirzner, 1973: 79 in Gómez, A.; 2013: 7).

En base a esta categoría - y en función del pensamiento de Kirzner- todos los seres humanos somos emprendedores (Klein, 199:12 in Gómez; 2013: 6). Esta postura es opuesta a la de Schumpeter, quien al considerar que los emprendedores tienen características extraordinarias, establece que no cualquier persona puede ser un emprendedor.

Freire sostiene que son muchas las formas que el Emprendedurismo puede contribuir al crecimiento económico. Así, los emprendedores pueden introducir importantes innovaciones al ingresar a los mercados con nuevos productos o procesos de producción, pueden incrementar la productividad, al aumentar la competencia, impulsar el conocimiento de lo que es técnicamente viable, o tender a trabajar más horas y de maneras más eficiente dado que sus ingresos están fuertemente vinculados a su esfuerzo, aunque su real impacto depende de si el país es más o menos desarrollado, destacándose que en países más pobres el incremento de emprendedores no se relaciona de forma lineal con el crecimiento económico del país lo cual se debe a que el Emprendedurismo se desarrolla en relación al entorno que lo cobija (por ejemplo la capacitación de sus recursos humanos). Asimismo, el conjunto de emprendedores no es uniforme y es necesario ver que tipo de emprendedores (por oportunidad o por necesidad) es el más frecuente lo cual repercutirá en el mercado. (Freire, A.; “Argentina emprendedora”. Aguilar, Buenos Aires, 2015).

La formación universitaria, también conocida como “competencia técnica” constituye un requerimiento básico, imprescindible y necesario, pero no suficiente para lograr un empleo calificado para jóvenes recién recibidos. Una de las principales funciones dentro de las universidades es la enseñanza; la formación de profesionales considerada como el proceso educativo que tiene por objetivo preparar a los estudiantes para el ejercicio de una profesión que los inserte en un mercado laboral; este mercado está influido por los cambios económicos, sociales, políticos, culturales, etcétera; que sufre el país en el que se encuentra inmersa la institución educativa.

En términos generales, se ha insistido en que la educación superior tiene la responsabilidad de formar a los profesionales que necesite y requiera el país, la provincia, la región y por qué no el mundo. Sin embargo, son pocas las instituciones educativas que establecen una vinculación adecuada con la sociedad y todos sus sectores para determinar los requerimientos en cuanto al tipo de profesionales que se necesitan y los conocimientos y habilidades que los tendrían que caracterizar. La formación profesional tiene como objetivo preparar al estudiante proporcionándole una serie de conocimientos, habilidades y capacidades para desempeñarse adecuadamente en su ámbito laboral.

La planeación de la educación es fundamental en la relación educación/mercado, considerando que esta relación existe y debe ser estrecha en un proceso de economía global.

La importancia de las distintas competencias del egresado de las carreras universitarias de Turismo, ya sea Licenciado o Guía, han variado sustantivamente en los últimos diez años, producto de diferentes fenómenos como la tecnología y la globalización entre otros, lo que insta a pensar en diseños curriculares diferentes para enfrentar los nuevos requerimientos. Los actuales Diseños Curriculares de las carreras de grado y pregrado que se cursan en la Universidad resultan poco adecuados para lograr estas competencias. Nos encontramos frente a la necesidad de efectuar innovaciones que aporten más sentido al trabajo pedagógico – didáctico del claustro docente, para que los resultados armonicen con los requerimientos del macro-entorno.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) considera que una competencia *es la capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada*. En lo que hace al concepto de competencias, Fletcher (2001) considera que son los comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras,

y que las hace eficaces en una determinada situación. Argüelles (1996) las define como el conjunto de habilidades, destrezas y actitudes que son necesarias para la realización de un trabajo efectivo y de calidad, llevando implícito el saber (conocimientos), el saber hacer (habilidades y destrezas) y el saber ser (actitudes). Las competencias genéricas hacen referencia a competencias transversales, transferibles a diferentes tareas y funciones. Pueden ser instrumentales, interpersonales y sistémicas. Las competencias genéricas son entendidas como los atributos que debe tener un graduado universitario con independencia de su titulación. En ellas se recogen aspectos genéricos de conocimientos, habilidades, destrezas y capacidades que debe tener cualquier titulado antes de incorporarse al mercado laboral. ICE; “Competencias genéricas y transversales de los titulados universitarios”. (ICE de la Universidad de Zaragoza, 2008).

En general, se destacan los siguientes tipos de competencias:

- Competencias instrumentales: en las que se incluyen habilidades cognitivas, capacidades metodológicas, destrezas tecnológicas y destrezas lingüísticas.
- Competencias personales: referidas a las capacidades individuales y las destrezas sociales.
- Competencias sistémicas: destrezas y habilidades del individuo relativas a la comprensión de sistemas complejos.

Las competencias específicas son las relacionadas directamente con la ocupación. Han sido definidas como los atributos que deben adquirir los futuros graduados durante la estancia en la universidad y deben ser definidas por la experiencia de la propia titulación. Se dividen en dos grandes grupos: aquellas relacionadas con la formación disciplinar que deben adquirir los futuros graduados –competencias disciplinares y académicas- y las relacionadas con la formación profesional que deben poseer los futuros graduados –competencias profesionales.

Específicamente para ser emprendedor, diversos autores han identificado competencias necesarias que se sintetizan a continuación:

Tabla N°1: Tipos de competencias para ser emprendedor según autores.

Autor	Competencias para ser emprendedor
Bird (1995)	Identificar oportunidades de negocio Evaluar las oportunidades de negocio Tomar decisiones Trabajar en red Identificar y solucionar problemas Innovación Comunicación
Durand (2002)	Para definir: Visionario e innovador Para planificar: ambición y visión estratégica Para iniciar: audacia, insistencia, pragmatismo
Hayton y Kelley (2006)	Reconocer/explotar oportunidades Acceder/combinar recursos Competir/sponsor
Frank (2007)	Conciencia sobre la empresa y el emprendimiento Competencias para emprender: redacción de proyecto Creatividad, imaginación y actitud adecuada
Prats y Agulles (2008)	De negocio: visión, negociación, gestión, relación Personales: integridad, equilibrio, tenacidad, ingenio Interpersonales: comunicación, respeto, delegación, carisma

Rasmussen, Mosey y Wright (2011)	Competencia de la oportunidad Competencia de apalancamiento Competencia para competir
Boyles (2012)	Cognitivas: creatividad, etc. Sociales: comunicación, entre otras Competencia de orientación a la acción

Fuente: José Alberto Martínez González, 2016.

Se aprecia una gran variedad de competencias necesarias para ser emprendedor, y diversos criterios, aunque a grandes rasgos se podría hablar de competencias intelectuales, sociales y de manejo del entorno.

El **turismo** es parte del sector económico terciario o de los servicios, rubro o actividad socio económica de prestación bienes y de servicios. La Secretaría de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo lo considera como “*el conjunto de actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales*”. (Figuerola, Manuel; “Teoría económica del turismo”. Alianza Universidad Editores, Madrid, 1990).

Esta actividad es muy sensible ante cambios de contexto, es decir, es una actividad muy sensible ante variaciones de precios y coyunturas económicas cambiantes.

Asimismo, se destaca el rol que juegan las empresas de turismo en el mercado que es muy importante. Destaca Jorge Puig Durán Fresco que “*Las empresas de servicios están jugando un papel cada vez más creciente e importante en la economía global de los países. Más del 85% de los nuevos trabajos creados desde 1982 en los países occidentales ha sido en el sector de los servicios*” (Jorge Puig Durán Fresco en Puig, Adela; “Los nuevos negocios turísticos”. Valetta Ediciones, Buenos Aires, 2006). De allí la necesidad de formar emprendedores y propiciar la existencia de emprendimientos que devengan en empresa turísticas.

Por último, es necesario hablar de las **Generaciones**. Son cinco las generaciones que hoy coexisten (Tradicionalistas, Baby Boomers, Generación X, Generación Y, y generación Z), y las primeras cuatro que comparten en el ámbito laboral y empresarial cada una formada en contextos diferentes, lo que hace a sus características como generación. Así, las últimas tres generaciones (X, Y, Z) para la Revista económica Forbes, se caracterizan por:

Generación X (nacidos entre los años 1965-1981)

- Vida analógica en su infancia y digital en su madurez.
- Vivieron la llegada de internet.
- Acepta las reglas de la tecnología y conectividad.
- No logra desprenderse del todo de las culturas organizacionales.
- Les interesa tener bienes materiales.
- Es la generación de la transición. Con mayor fricción con las que vienen (Y, Z).

Generación Y (nacidos entre los años 1982-1994) o **Millennials**

- Son la mayor proporción de consumidores de turismo actualmente.
- Son multitareas.
- No conciben la realidad sin tecnología.
- La calidad de vida tiene prioridad ante los bienes materiales.
- Son emprendedores.

- Es la generación que usó más tipos de tecnología para entretenimiento: Internet, SMS, Reproductor de CD, MP3, MP4, DVD entre otros.
- Lo que era un lujo para la generación X para la generación Y son productos “básicos.”

Generación Z (nacidos entre los años 1995 y la actualidad) o “**nativos digitales**”

- Recién están ingresando al mundo laboral
- Poseen alta propensión al consumo
- Poseen acceso y manejo a toda su tecnología: Internet, mensajes instantáneos, SMS, celulares, iPod, iPad, Notebook, etc.
- Ven a la tecnología como elemento fundamental (no conciben el acceso a la información sin la existencia de Google).
- Sus medios de comunicación utilizados principalmente son redes sociales.
- Profundizan los entornos virtuales.
- Consumen turismo, pero con sus propios intereses.

Entonces, quienes forman parte de la “Generación Millennials” son: a- Digitales (Prefieren internet a la TV convencional). b- Multi pantalla y multi dispositivo y con capacidad (o necesidad) de hacer varias cosas a la vez, c- Nomófobos y appdictos (teléfono móvil y aplicaciones), d- Sociales (Consultar, compartir y comentar en redes sociales y aplicaciones, son las principales actividades que realizan a través de sus teléfonos inteligentes), e- Críticos y exigentes (Los negocios ya no son sólo servicios y productos, son también relaciones y la experiencia de compra es casi tan relevante como el propio producto), f- Exigen personalización y nuevos valores (son clientes que no buscan exclusivamente una buena atención, sino que exigen personalización y esperan que la empresa se adecue a sus preferencias) (<http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/#gs.C7ttqvk>, 10/12/16)

En definitiva, actualmente tenemos consumidores y visitantes de las tres generaciones X, Y y Z, pero las dos últimas generaciones están: 1. más informados antes de viajar, 2. más conectados, que comparten y opinan, 3. más experimentados, exigentes y críticos y, 4. que buscan la experiencia y ser activos.

En función de estas dos nuevas generaciones - que son las que actualmente más consumen y hacen turismo - se debe adecuar la oferta turística, la cual según ITB World Travel Trends Report y Fitur (2015) debe ser:

- Basado en el uso y accesibilidad a las redes sociales, ya que contamos con pasajeros digitales.
- La oferta debe basarse en la simplicidad y experiencia.
- Incorporar nuevos y más espacios de socialización.
- Los paquetes deben ser dinámicos y adaptables.
- Proponer más financiación y reservas anticipadas.
- Incentivar nuevas Modalidades de turismo como el Turismo colaborativo, turismo de nicho, turismo de salud y bienestar, del turismo cultural al creativo,
- Incrementar la experiencia y lo auténtico, que se relaciona con una redefinición del lujo.
- Se destacan nuevos mercados emisores: Reino Unido, Suiza, Polonia, Rusia, China, Alemania, etc., con culturas y costumbres diferentes.

(http://www.hosteltur.com.do/117330_tendencias-turismo-2015-mercados-creceran.html, 11/02/17)

- La llamada “economía naranja” o “economía creativa” que se basa en la articulación entre el capital cultural, social e intelectual que adquiere cada vez más importancia.

Por ello, debemos pensar en una oferta dinámica basada en los servicios con nuevas modalidades de turismo y nuevos tipos de atractivos y más sustentables. Asimismo, más cantidad de oferta, pero también más calidad (del atractivo, de los servicios y del Recurso Humano, preparado acorde a los intereses de la nueva demanda).

Se destaca su capacidad de aprendizaje y adaptación en el camino a la seguridad profesional, y la consideración de que lo que hacen es importante, ambos aspectos muy relevantes como emprendedores. Valoran la productividad, los objetivos y el resultado del esfuerzo, pero también el buen descanso y el disfrute auténtico. (<http://amp.weforum.org/es/agenda/2017/04/4-cosas-que-deberian-recordar-todos-los-millennials-que-buscan-empleo>, 3/07/17).

Si, bien la Generación X aún seguirá en el mercado laboral y empresarial por varias décadas, las nuevas Generaciones Y y Z son las que se incrementarán proporcionalmente cada día.

Entonces, como decía Schumpeter, los emprendedores son grandes instigadores al cambio, por lo que pensar en un emprendimiento puede partir de las ideas sugeridas en el apartado anterior, pero perfectamente puede ser algo totalmente diferente y nuevo.

Además, algunos emprendimientos funcionan muy bien en ciertos contextos y ante una demanda determinada, sin embargo, puede no funcionar en otras circunstancias.

Asimismo, las empresas que se encuentran en el mercado también deben estar muy atentas a los cambios de contexto, demanda y sus competidores. Por ejemplo, a la irrupción de las Online Travel Agencies u OTAs (con precios bajos por la economía de escala) ha traído serios problemas a las agencias de viajes tradicionales, las cuales ahora deben especializarse como asesoras - orientadores de viajes. El cuidado del ambiente - como cuestión de consciencia y el contacto real y directo con el ambiente y con la población local - debe ser considerado en los paquetes turísticos y la planificación turística estatal para estas nuevas generaciones.

La redefinición de lujo también es un punto crucial a considerar - especialmente en los alojamientos y la gastronomía-: las nuevas generaciones no buscan lo lujoso, sino lo auténtico, pero de buena calidad. Además, ciertas cosas que se consideraban lujo antes, ahora ya es percibido como básico, como el aire acondicionado o la conexión Wifi. Por último, la comunicación permanente a través de redes sociales, opiniones portales como Booking y la búsqueda de información antes, durante y después del viaje, desafían al agente de viajes, al hotelero y al funcionario turístico a estar más informado, a atender con excelencia y calidad, independientemente de una certificación o distinción, cumpliendo con las normas vigentes y asegurando la tecnología de accesibilidad y comunicación (como Wifi) en todo momento y lugar.

Métodos

Como se mencionara anteriormente, esta ponencia expone resultados parciales de tres proyectos de investigación de tipo descriptivo y explicativo causal, utilizando fuentes secundarias y primarias. En relación a las fuentes secundarias, se trabajó con bibliografía económica y de turismo, documentación interna del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones (ColProfTurMi), de los alumnos de las carreras de turismo de las dos universidades en Misiones (UNaM y UGD) y documentación interna del Ministerio de Turismo de Misiones.

En relación a las fuentes primarias se trabajó con los métodos cualitativo y cuantitativo.

Se han realizado encuestas a los profesionales en turismo matriculados en el Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones (ColProfTurMi), encuestas a estudiantes avanzados de las carreras universitarias en turismo en la Provincia, y entrevistas a empresarios turísticos de la Provincia y a referentes académicos y empresariales de empresas de turismo de Misiones y a emprendedores.

El tipo de muestreo aplicado fue:

Tabla N°2: Tipo de muestreo aplicado

Método	Instrumento	Muestreo	Aplicado a	Cantidad
Cualitativo	Guía de preguntas de entrevista	Teórico	- Referentes de cámaras y asociaciones de turismo (PTE cámara de turismo de Iguazú, PTE de Asociación de Guías de Iguazú, PTE Colegio de profesionales en turismo de Misiones, Directores de las dos carreras universitarias de turismo) - Referentes del sector público del turismo de Misiones - Ministro de turismo de Misiones, - Directora de turismo de Iguazú, - Subsecretario de ecoturismo de Misiones	1 1 1 1 1 1 1 1
Cuantitativo	Cuestionario de encuestas	Probabilístico por conglomerados (margen de error del 5% y un intervalo de confianza del 95.5%.)	Profesionales en turismo matriculados en el Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones: - Guías en Posadas - Guías en Pto. Iguazú - Licenciados en Posadas - Licenciados en Pto. Iguazú Alumnos avanzados de las 2 carreras de turismo en las dos universidades de turismo de Misiones: - alumnos de Licenciatura (UNaM.- UGD) - alumnos de Guía de turismo (UNaM) Emprendedores de turismo	64 18 20 14 12 62 44 18 15

Fuente: elaboración propia.

Unidad de análisis: Los emprendedores en turismo matriculados en el COLPROFTUR en Misiones.

Las unidades de observación: Son los estudiantes avanzados de turismo, los profesionales de turismo matriculados, los referentes de instituciones vinculadas.

Principales variables: existencia de cátedras orientadas al Emprendedurismo en las carreras de turismo de las dos universidades con turismo en Misiones, perfil emprendedor de los graduados en turismo, tipo de emprendedor, desafíos identificados,

oportunidades identificadas, particularidades del contexto económico fronterizo cambiante.

Resultados

Los planes de estudios y los tipos de competencias profesionales posibles en turismo en las universidades con formación en turismo en Misiones.

En la provincia de Misiones hay varias Instituciones de Educación Superior (IES) acreditadas que dictan carreras de turismo: la Universidad Nacional de Misiones (UNaM) con sedes en Posadas e Iguazú, que dicta las carreras de Guía de turismo (desde 1977) y Licenciatura en turismo (desde 1978), la Universidad Gastón Dachary (UGD) con sede en Posadas (entre otros lugares) que dicta la carrera de Licenciatura en Turismo y Hotelería (desde 2004), instituciones de educación superior no universitarias como el IPESMI con sedes en las ciudades de Posadas, Eldorado, entre otros lugares que dicta la carrera de Técnico en turismo, el ITEC de la ciudad de Puerto Iguazú que dicta la carrera de Técnico en turismo, entre otras instituciones. Los graduados universitarios para poder desempeñarse laboralmente en Misiones deben matricularse en el Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones.

Específicamente, la carrera de Guía de turismo tuvo hasta el momento tres planes de estudios, en la actualidad, el Plan 1997 tiene una carga horaria 2.220 hs. que se estructuran en cuatro (4) áreas específicas y se incorporan los módulos y talleres:

- Área Específica (*Servicios Turísticos, Introducción al Turismo*)
- Área Práctica Profesional (*Módulos oralidad, psicología, relaciones humanas, etc.*)
- Área Productos Turísticos (*Mundiales, nacionales y regionales*)
- Área Idioma. (*Inglés y portugués*).

Actualmente, se está tratando de cambiar plan de estudios.

En cuanto a los egresados Guías, según plan de estudios: Plan 1977: 3 (tres) egresados, Plan 1978: 2 (dos) egresados, Plan 1983: 73 (setenta y tres) egresados, Plan 1997: 74 (setenta y cuatro) egresados. Total: 152 egresados. Carece de asignatura alguna relacionada al Emprendedurismo.

Los graduados trabajan básicamente free lance en el Parque Nacional Iguazú y en relación de dependencia en los predios jesuítico- guaraníes, aunque algunos se han dedicado a la función pública (directores de turismo), docencia superior universitaria y no universitaria y otros a trabajar en agencias de viajes.

La carrera de Licenciatura en Turismo también tuvo en su historia tres planes de estudios y el actual Plan 1997 tiene seis (6) áreas de conocimientos: Teoría Turística, Empresa, Productos turísticos, Marketing turístico, Idiomas y área metodológica, con una duración de cinco (5) años y una Carga Horaria de 3.135 hs. Carece de una asignatura relacionada directamente al Emprendedurismo, aunque en varias materias se incluyen contenidos relacionados: a) Laboratorio integrado de marketing (de 3º año con el desarrollo del idea de negocio), Organización y administración de empresas (del cuarto año con la elaboración de un plan de negocios), Problemática económica del turismo (del 4º año con la mirada económica de los emprendedores y las empresas turísticas), Taller de Monografía de grado (del 5º año, con la posibilidad de hacer una monografía de grado relacionada con un plan de negocios). Actualmente, se analiza un cambio de su plan de estudios.

Respecto al lugar de trabajo de los egresados, algunos trabajan en el ámbito público como ser: a) en el Ministerio de Turismo Provincial (Subsecretario de Ecoturismo y Promoción de Actividades Económicas y Ambientales Sustentables, Subsecretario de Marketing y Promoción Turística, Dirección de Informes, dependientes de la Dirección de Turismo provincial con diferentes programas como ser Turismo religioso, Turismo rural), b) como Directores de Turismo Municipales, c) en el Instituto de Previsión Social Misiones (IPS) con el Programa de Turismo Social.

En el ámbito privado trabajan en Agencias de Viajes y Turismo, específicamente en Empresas de Viajes y Turismo (EVT) en Posadas como en Puerto Iguazú como dueños, socios, responsables técnicos, responsables del área de marketing, armado de paquetes turísticos, entre otros. En alojamientos trabajan como socios, gerente general y gerente de área, recepcionistas, informantes, responsable del área de eventos, responsables del área de marketing). En otros casos como consultores turísticos, emprendimientos familiares (hotelero, camping, turismo rural, turismo recreativo) empresa de transportes y directores de Institutos superior no universitario (Instituto Técnico - ITEC), docentes nivel medio y superior (UNaM, UGD) y de postgrado, dictando módulos en diversas Maestrías. También están aquellos que trabajan sin relación con el turismo en diversos rubros, y aquellos que desempeñan su profesión de forma parcial, vinculada al mercado turístico, como por ejemplo, quienes trabajan en instituciones públicas como ser: bancos, empresas del Estado, Entidad Binacional Yacyretá (EBY) y simultáneamente en docencia universitaria, entre otros.

En la Universidad Gastón Dachary, la carrera de Licenciatura en Hotelería y Turismo ha pasado por una actualización y mejoramiento de los planes de estudios y de los diferentes perfiles desde el año 2004. En lo que respecta al viejo Plan de estudios de la Carrera de Licenciatura en Hotelería y Turismo han egresado 20 alumnos desde la apertura de la carrera hasta el 2015, de los cuales 4 son varones y 16 son mujeres. De ellos, alrededor de un 35 % (treinta y cinco) son del interior de la provincia de Misiones y de Provincias aledañas (Corrientes). Sin embargo, con el nuevo Plan de Estudios, egresaron 31 alumnos desde la apertura de la carrera hasta el 2014, de los cuales 22 son mujeres y 9 varones. De ellos, la mitad son alumnos foráneos, son del interior de Misiones y de provincias cercanas (Corrientes) y 1 (uno) de los egresados de la Ciudad de Encarnación (Paraguay). Actualmente, se estudia un cambio de su plan de estudios.

En cuanto a materias con relación al Emprendedurismo, se destacan dos: el Taller de emprendimiento e innovación y; Planeamiento y proyectos turísticos hoteleros, ambos del cuarto año de estudios.

En términos generales, de los graduados universitarios de las tres carreras estudiadas, el 79% ha logrado insertarse en el mercado laboral en el territorio de la provincia de Misiones, distribuyéndose aproximadamente en Misiones: 75% de los graduados en la Universidad Pública (Guías y Licenciados) y un 3% en la Universidad privada (UGD). Lo demás corresponde a graduados de Instituciones de Educación Superior No Universitaria (ITEC-IPESMI) con un 18% y a emprendedores con un 4%.

Mediante encuestas realizadas a los alumnos avanzados de la carrera de Licenciatura en Turismo en ambas universidades se obtuvieron los siguientes resultados: El 43,75% del alumnado siente que el nivel de actualización de contenidos con el mercado y las nuevas tendencias es Regular, el 25,00% es Bueno. La formación en el saber hacer o Know how es Regular para el 46,88%, mientras que un 31,25% dice que es Buena. Para el 34,38% de los encuestados la utilidad de la carrera para el

mercado laboral es Regular, aunque para el 31,25% que es Bueno y para el 28,13% es Muy Buena. Más de la mitad 53,13% opina que su formación para la toma de decisiones o resolución de problemas es Buena, mientras un 28,13% considera que es Regular y un 12,50 % opina que es Mala. Un porcentaje considerable opina 75,00% que su formación para la comprensión e interpretación de la realidad es Buena, un 12,50% considera que es Regular.

Para los alumnos de la carrera de Guías de turismo, se puede señalar que los encuestados consideraron a su formación turística general como Regular con un 33%, la articulación interdisciplinaria también como Regular pero con un porcentaje por debajo del anterior con un 25%. Se observa que el nivel de actualización de contenidos es Regular con un 33%, también opinaron respecto a la formación en el saber hacer y en la toma de decisiones como Regular con el 25%. La utilidad de la carrera para el mercado laboral fue considerada como Muy Buena con un 42%.

De los alumnos de la Licenciatura de la UNaM el 59,1% respondió que una vez graduados consideraban necesario emplearse para adquirir prácticas y luego trabajar en forma independiente, por su parte, los alumnos del UGD respondieron con un 70% y los Guías lo hicieron con un 91,7%. Solamente los alumnos de la Licenciatura de la UNaM reflexionaban acerca de que se sienten con suficiente formación para empezar a trabajar en un 13,6% y los de la UGD lo hicieron solo en un 10%. Los que opinaron que tenían que seguir estudiando para aprender más y luego trabajar lo hicieron con un 8,3% los Guías y con un 4,5% los de la Licenciatura de la UNaM.

Al consultar a los directores de carreras universitarias de turismo sobre el Emprendedurismo de los graduados, éstas fueron algunas de las respuestas:

Desde la UNaM, Julieta Andueza sostenía: *“Yo creo que hay varios emprendedores [...] no es lo mismo poner una agencia o un hotel [...] posiblemente nuestros egresados no tienen el soporte económico, eso no quiere decir que no sean emprendedores [...] uno no emprende así nomás [...] uno no solo se requiere una inversión inicial, sino, tiene que prever una carga social una carga impositiva que es bastante importante, eso también a mi juicio ofrece una limitación al egresado que quiera emprender algo* (Entrevista a la Mgter. Julieta Andueza. Directora de las carreras de Guía y Licenciatura en turismo de la FHyCS-UNaM, 15/12/12)

Desde la UGD, Jorge Posdeley decía: *“El alto porcentaje que se han recibido, he, alumnos recientemente recibidos son muy pocos, me animaría a decir que no llega a un 5% [...] el mayor problema es tener los recursos para emprender”*. (Entrevista al Lic. Jorge Posdeley. Director de la carrera de Licenciatura y Hotelería en turismo de la UGD, 15/12/12).

Por otra parte, en base a las entrevistas realizadas, al consultar sobre la condición de emprendedor, la Presidente de la Cámara de Turismo de Iguazú, sostiene que *“cuesta un poco, tenemos muchos profesionales que están haciendo cosas. Especialmente, los jóvenes profesionales. Todo tiene su tiempo. Se ven emprendedores en su propia formación, auto nivelación, en el campo laboral, por ahí no tanto en inversiones. Algunos encontraron su nicho, hay guías que se especializaron en observación de aves, salidas a remo, en bicicletas, la mayoría son guías”* (Entrevista a la Sra. Patricia Durán Vaca, Presidente de la Cámara de Turismo de Iguazú, 2015).

La Directora de Turismo del Municipio de Puerto Iguazú (ciudad de servicios de Argentina de las Cataratas del Iguazú) sostenía: *“no, he visto casos de guías y Licenciados que han dejado la profesión y he visto guía que han formado su empresa. Y si no tenés solvencia económica, necesitas mucha inversión para desarrollar un proyecto. Hasta para asesorar necesitas experiencia y mucho conocimiento. Son creativos pero pasa por una cuestión económica”* (Entrevista a la Guía Nazaret Pared, Directora de turismo interina de Iguazú, 2015).

El Presidente de la Asociación de Guías de Turismo de Iguazú (AGUIATI) consideró que: *“hay gente que fueron emprendedores, creativos, hay guías que hace mucho tiempo que están y no consiguen trabajo y otros que llegan y van a las empresas y agarran los mejores grupos. Son guías activos cuentan con buena predisposición y conocimientos. Hay un ejemplo de un guía que encaró un emprendimiento que es de las bicicletas. Respecto a los Licenciados “hay algunos que armaron sus empresas, otro caso abrieron sucursales de otra empresa acá, o cargos jerárquicos en la UTE (Cataratas argentinas), no digo que son creativos son ejemplo de buenos profesionales. Planteo que consiguieron ascenso en sus cargos”* (Entrevista al Guía Rivero Rodrigo, Presidente de la Asociación de Guías de Iguazú, 2015). Como emprendedores hay muy pocos, el crecimiento es difícil por no contar con fondos económicos, es difícil empezar donde hay muchas agencias grandes.

El entonces Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones sostenía en 2012: *“El Emprendedurismo entendido desde la persona que puede ser privado o dentro de una organización se forma, y tiene que ver con la práctica de ciertas características personales que deben trabajarse y personalmente creo que está faltando el desarrollo el Emprendedurismo en los profesionales que recién salen [...] las dificultades que tienen es la relación que tienen con el mercado principalmente, Yo creo que la cuestión económica es una variable[...]creo que hay que trabajar eso junto al mercado”* (Entrevista a Alves, Mauricio. Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones. 15/12/12).

Por otra parte, al analizar las encuestas realizadas a graduados universitarios en turismo, los Licenciados y Guías, consideran que ha sido de fácil a relativamente fácil su inserción laboral en el ámbito turístico, pero responden además que los puestos alcanzados no han sido siempre los buscados y que no hay mucha movilidad laboral ascendente, si hay rotación y cambio de empleados entre empresas, generando desempleos friccionales con cierta frecuencia y mencionan tener muchas dificultades para ser emprendedores.

Al consultar sobre formación por competencias, el 83,33% escucharon hablar de formación por competencias. Al estudiar el tipo de competencias que consideran que necesitan los profesionales en turismo destacan:

Tabla N°3: Un profesional en turismo debe tener en primer lugar

Código	Significado	%
1	título universitario o terciario	69,09
2	Experiencia	3,64
3	Trayectoria	4,55
4	Formación continúa	11,82
5	Ser emprendedor y creativo	2,73
6	Otros	8,18
Total frecuencias		100,00

Fuente: Encuestas a Matriculados del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones 2013-2014

Se destaca la alta valoración al título universitario seguido de la formación continua aunque es poco valorado ser emprendedor y creativo.

Tabla N°4 : Guías de turismo de la ciudad de Posadas y predios jesuítico-guaraníes: ¿Ha pensado en ser emprendedor y crear su propia empresa? (%).

Item	Frecuencia	%
Si	0	0,00
No	18	100,00
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Cuando se les consultó respecto a que si habían pensado en la posibilidad de ser emprendedor y crear su propia empresa el 100% dijo que NO. Entre los motivos argumentan que es por falta de dinero y tiempo para dedicarse a ello.

Tabla N°5 : Guías de turismo en Puerto Iguazú: ¿Ha pensado en ser emprendedor y crear su propia empresa? (%).

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Si	5	25,00
2	No	15	75,00
Total frecuencias		20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. Puerto Iguazú 2012.

Un alto porcentaje 75% dijo que NO. Los motivos son la falta de recursos económicos y de conocimientos específicos que tienen los graduados de Licenciatura en turismo.

De los Licenciados en turismo, quienes sostienen haber recibido formación por competencias, en su mayor porcentaje (57%) sostiene que el adquirido es su capacidad de adaptación a los cambios y el trabajo en equipo interdisciplinario (37%). Es decir, se ponen en evidencia competencias genéricas, pero no específicas de la carrera. Se destaca que el 35 % de los Licenciados en Posadas e Iguazú son socio - gerentes de empresas turísticas en el destino.

Tabla N°6: Licenciados en turismo radicados en Posadas. Requisitos para ser emprendedor.

Item	Frecuencia	%
Tener y conseguir el capital inicial	7	53,84
Tener amplio conocimiento práctico del mercado turístico	3	23,07
Saber tomar decisiones y tener aversión al riesgo	4	30,76
Conocimientos de otras disciplinas como contabilidad	1	7,69
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Para los Licenciados radicados en Posadas, el principal requisito para ser emprendedor es tener y conseguir el capital inicial, saber tomar decisiones y tener aversión al riesgo y por último, tener amplio conocimiento del mercado turístico.

Tabla N°7 : Licenciados en turismo radicados en Puerto Iguazú: Requisitos para ser emprendedor.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Tener y conseguir el capital inicial	4	33,33
2	Tener amplio conocimiento práctico del mercado turístico	4	33,33
3	Saber tomar decisiones y tener aversión al riesgo	0	0,00
4	Conocimientos de otras disciplinas como contabilidad	2	16,67
5	Otro	2	16,67
	Total frecuencias	12	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

Se destacan las mismas variables que para Posadas pero en menor porcentaje y se suman los conocimientos de otras disciplinas y otros factores como tener todo lo anterior a la vez y tener buenas ideas de negocios, originales y novedosas. En síntesis, se puede decir que los Licenciados que tienen empresas turísticas destacan que entre los requisitos que se deben cumplir es el de tener capital (propio o de terceros que suele ser difícil de acceder), conocer el mercado (su comportamiento, reglas, etc.) y saber tomar decisiones (que implica tener toda la información necesaria, tener aversión al riesgo y saber elegir entre alternativas).

Al analizar a los profesionales emprendedores de turismo graduados en las dos universidades de Misiones, los mismos han comenzado los siguientes emprendimientos:

Tabla N°8: Tipo de graduado en turismo y el tipo de emprendimiento

Tipo de emprendimiento	Licenciado en turismo graduado de la UNaM	Localidad del emprendimiento	Tiempo de aperturas luego de graduarse	Inversión inicial	Especialización	Tipo de emprendedor
Agencias de viajes (7)	Lic. UNaM Lic. UNaM Lic. UNaM Lic. UNaM Lic. UNaM Lic. UNaM Guía UNaM	Posadas Posadas Posadas Posadas Posadas Posadas Puerto Iguazú	4 años 2 años 3 años 3 años 5 años 10 años 10 años	Propia 2 socios) Propia (4 socios) Propia (3 socios) Propia (2 socios) Propia (1 dueño) Propia (2 socios) Propia (2 socios)	Si (Iberá) Si cicloturismo	Impacto medio De autoempleo De autoempleo De autoempleo De autoempleo De autoempleo Impacto medio y hasta de alto impacto
Lodges (1)	Lic. UNaM	Andresito	10 años	- Propia (2 socios) y ayuda familiar	Si (avistaje de aves)	Impacto medio
Establecimiento de agroturismo y entretenimiento: (2)	Lic. UNaM Lic. UNaM	Oberá L.N. Alem	5 años 10 años	Propia (2 socios) y ayuda familiar Propia (1 dueño) y ayuda familiar	Si (selva) Si (la chacra)	Impacto medio De autoempleo
Hostel (3)	Lic. UGD Lic. UNaM Guía UNaM	Posadas Posadas Puerto Iguazú	2 años 4 años 18 años	- Propia (2 socios) y ayuda familiar - Propia (2 socios) y ayuda familiar Propia (1 dueño)		De autoempleo De autoempleo De autoempleo
Consultoras (2)	Lic. UNaM Lic. UNaM	Posadas Posadas	19 años 12 años	- Propia (4 socios) - Propia (2)	Si (investigación de mercados orientado al turismo)	Impacto medio Impacto medio

Fuente: elaboración propia en base a encuestas, 2015.

En cuanto al motivo de apertura de los emprendimientos fue básicamente oportunidad, antes que la necesidad, una vez alcanzada cierta experiencia laboral relacionada con el rubro el cual se iba a emprender. Acorde a Freire, muchos de estos emprendedores son del segundo tipo, (autoempleo) y no se reconocen como emprendedores en si mismos. Solo unos pocos son realmente originales en sus emprendimientos destacándose en general que han tardado varios años después de graduarse para identificar el nuevo negocio.

Las agencias de viajes son las que más inestabilidad presentan al tener problemas de tipo de cambio y tendencias de la demanda y las operadoras virtuales como Despegar.com. En varios casos hubo financiamiento familiar. Los créditos bancarios en general no se tomaron por no poder cubrir con los requisitos para la solicitud.

Coyunturas económicas cambiantes: al analizar las coyunturas económicas en la zona de frontera, la más conocida es la del tipo de cambio que afecta especialmente al servicio de alojamiento (evidenciado en Puerto Iguazú frente a la ciudad brasileña de

Foz y Ciudad del Este en Paraguay) en la década del '90 con la paridad del peso argentino y dólar y la devaluación del peso frente a la moneda brasileña, donde muchos emprendedores de turismo debieron abandonar sus proyectos, volverse empleados públicos y hasta dedicarse a otras actividades económicas y comerciales en esa ciudad fronteriza como la economía informal. Actualmente, con la devaluación del peso en diciembre del año 2015 con respecto a la moneda norteamericana y la del Paraguay, se evidencia en las ciudades de Posadas (Argentina) y Encarnación (Paraguay), donde los argentinos prefieren comprar en Asunción o Encarnación sus pasajes a Europa, situación que ha llevado a que algunas agencias abran sucursales en Encarnación u ofrezcan traslados al aeropuerto de Asunción del Paraguay. Asimismo, los llamados "tours de compras argentinos" que llevan pasajeros a comprar a Encarnación sin dejar dinero ni uso de servicios turísticos en la ciudad de Posadas (Argentina).

Otras coyunturas relacionadas con la macroeconomía tiene que ver con los niveles de consumo donde el turismo es un producto sensible ante cambios de precios y es una de las cosas que más rápido se abandonan ante cambios de ingresos, problemas de empleo o incertidumbre económica. Según un informe de la Cámara Argentina de la Mediana Empresa (CAME), *"las ventas de los comercios minoristas acumulan una caída en el primer cuatrimestre de 4,8% interanual. La caída fue muy fuerte y los empresarios comienzan a observar con alta preocupación que la recuperación se va a demorar más de lo esperado. La CAME evaluó que en abril (2016) el mercado de consumo se mantuvo paralizado dado que la caída en el poder adquisitivo se sintió con más fuerza que nunca, ya que a los incrementos habituales en los bienes y servicios, se le sumaron las subas de tarifas, en prepagas, colegios, expensas, advirtió la entidad"* (<http://www.infobae.com/2016/05/01/1808424-el-consumo-cayo-66-abril/>. Página visitada el día 26/7/16).

Por su parte, en materia de turismo, *"El Ministerio de Turismo de Argentina presentó el "Panorama Turístico" de los últimos años en los que muestran que durante el 2015 se produjo una caída del 3,3% en el turismo internacional y del 7,1% en el turismo interno, mientras que el emisivo presentó un crecimiento de dos dígitos, como consecuencia de la "distorsión cambiaria que potenció los viajes al exterior"* (<http://aerolatinnews.com/2016/03/09/argentina-con-fuerte-caida-en-el-receptivo-y-el-turismo-interno-en-2015>. Página visitada el día 26/7/16).

En el año 2016 *"la caída en el turismo interno en el país, del orden del 20 por ciento con respecto al mes de enero del año pasado, encendió varias alarmas en la flamante gestión del Ministro de Turismo de la Nación, Gustavo Santos, quien afirmó que se trata de un decrecimiento que se ha ido pronunciando en los últimos años, en el orden de los 4 puntos en 2014 y 5 puntos durante 2015"* (<http://eldiariodemadryn.com/2016/06/para-la-cat-la-caida-del-turismo-interno-es-parte-de-un-reacomodamiento>. Página visitada el día 26/7/16).

Al entrevistar a los emprendedores, se evidencia que aquellos que son de impacto medio no sufren de manera tan visible la coyuntura económica y poseen estrategias para hacerle frente, dada la flexibilidad de ser pequeña y mediana empresa y por tener siempre una visión innovadora de las cosas, destacándose el cambio en el perfil de la demanda, diversificar la demanda, ofrecer transfers, salidas de fin de semana, paquetes a medida, etc. Ello nos lleva a considerar que los emprendedores de

impacto medio y alto pueden ser más resilientes ante las coyunturas económicas cambiantes e incluso pueden detectar oportunidades en estos escenarios.

En este contexto, los emprendedores de la “Generación Y” son más dinámicos y adaptativos ante estos escenarios, al trabajar el pos de la productividad y los objetivos, las metas están claras y los cambios son solo desafíos a superar.

CONCLUSIONES

Como considera Joseph Schumpeter, los emprendedores son la base del crecimiento y desarrollo económico y por esta cuestión es muy importante analizarlos.

Actualmente, estamos en un punto de inflexión entre lo tradicional y lo nuevo (tecnologías de la comunicación en la llamada “Era de la Información”, nuevos estilos de vida etc.), ante las nuevas modalidades de turismo y nuevos perfiles de visitantes, donde los emprendimientos en turismo son muy importantes. Sin embargo, la formación académica en turismo - en general- se ha adaptado aún a estos cambios, y entre otras cosas aún no incluye cátedras de emprendedorismo, sólo algunos contenidos específicos, lo cual se observa claramente al encuestar a alumnos y a graduados sobre la parte conceptual de este tema.

Asimismo, la coyuntura económica en general es cambiante y en Argentina en particular se observan diversos indicadores macro económicos negativos que llevan a la necesidad de ser creativos e innovadores para salir adelante.

En este contexto, la “Generación Y” tiene una gran ventaja en relación a esta situación al ser dinámicos, adaptativos y con las metas de la productividad y el esfuerzo, además de considerar a las dificultades como desafíos competitivos.

Bibliografía y otras fuentes consultadas

Libros

- Freire, Andy (2015): *Argentina emprendedora*. Aguilar, Buenos Aires.
 Figuerola, Manuel (1990): *Teoría económica del turismo*. Alianza Universidad Editores, Madrid.
 Lorente De Casas, A. e.a. (2005): *Economía y turismo*. Prácticas. Mc Graw Hill, España.
 Puig, Adela (2006): *Los nuevos negocios turísticos*. Valetta Ediciones, Buenos Aires.

Revistas científicas

- Gómez, Alejandro; (2012): *El emprender y su impacto en la sociedad*. Revista de Instituciones, Ideas y Mercados N° 58, Mayo 2013 |pp. 5-18 | ISSN 1852-59707),http://www.eseade.edu.ar/wpcontent/uploads/2016/08/riim58_alejandro_gomez.pdf, 26/01/17)

Ponencias

Martínez González, José Alberto; X Congreso online sobre Turismo y Desarrollo / VI simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural. Eumed.net, 2016.

Entrevistas

Entrevista a la Mgter. Julieta Andueza. Directora de las carreras de Guía y Licenciatura en turismo de la FHyCS-UNaM, 15/12/12

Entrevista al Lic. Jorge Posdeley. Director de la carrera de Licenciatura y Hotelería en turismo de la UGD, 15/12/12.

Entrevista a la Sra. Patricia Durán Vaca, Presidente de la Cámara de Turismo de Iguazú, 2015.

Entrevista a la Guía Nazaret Pared, Directora de turismo interina de Iguazú, 2015.

Entrevista al Guía Rivero Rodrigo, Presidente de la Asociación de Guías de Iguazú, 2015.

Entrevista a Alves, Mauricio. Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones. 15/12/12.

Internet

<http://www.lanacion.com.ar>. Página visitada el día 24/07/16.

<http://www.infobae.com/2016/05/01/1808424-el-consumo-cayo-66-abril/>.Página visitada el día 26/7/16.

<http://aerolatinnews.com/2016/03/09/argentina-con-fuerte-caida-en-el-receptivo-y-el-turismo-interno-en-2015>. Página visitada el día 26/7/16.

<http://eldiariodemadryn.com/2016/06/para-la-cat-la-caida-del-turismo-interno-es-parte-de-un-reacomodamiento>. Página visitada el día 26/7/16.

<http://www.turisticaonline.com>. Página visitada el día 25/03/11.

<http://www.argentina.ar>. Página visitada el día 01/07/10.

<http://www.clarin>. Página visitada el día 13/012/09.

<http://www.apertura.com>. Página visitada el día 09/09/10.

<http://www.argentina.ar>. Página visitada el día 30/08/10

<http://www.ipecc.gov>, Misiones, 2016.

<http://www.lanacion.com.ar>. Página visitada el día 24/07/16.

<http://www.ice>; “Competencias genéricas y transversales de los titulados universitarios”. ICE de la Universidad de Zaragoza, 2008.

http://www.hosteltur.com.do/117330_tendencias-turismo-2015-mercados-creceran.html, 11/02/17)

<http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/#gs.C7ttqv>, 10/12/16

<http://amp.weforum.org/es/agenda/2017/04/4-cosas-que-deberian-recordar-todos-los-millennials-que-buscan-empleo>, 3/07/17

(Julio 2017)

EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL: UN ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DE RENTABILIDAD A NIVEL DE EMPRESA

Eliseo Fernández Fernández
Universidade da Coruña

Rubén Lado Sestayo
Universidade da Coruña

Milagros Vivel Búa
Universidad de Santiago de Compostela

Resumen

El turismo se enmarca perfectamente dentro de la economía como aquel conjunto de las actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios que se consumen total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales (Montaner, 1996). Es importante conocer la situación de las distintas empresas que ofertan servicios turísticos ya que constituyen un factor clave en el crecimiento turístico, repercutiendo en la situación económica del país. Esto es relevante para gestores y agentes encargados de la sostenibilidad de la actividad empresarial en el sector. El presente trabajo consiste en un estudio sobre el sector turístico y el importante papel que tiene en la economía española. Asimismo, se presenta la empresa Paradores de España S.A., identificando sus principales características y realizando un estudio de los factores más relevantes de su entorno.

Palabras clave: turismo, empresa, ventaja competitiva.

1. El sector turístico

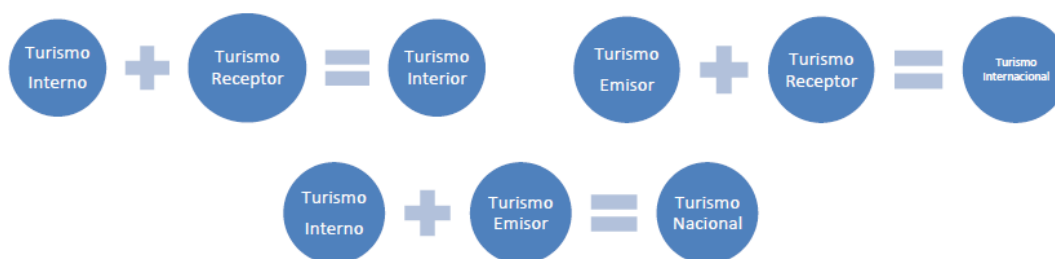
La Organización Mundial del Turismo (OMT, en adelante) ha definido el turismo como *“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”*. (Vogeler y Hernández, 2004). Tal y como señala Montaner (1996) existen diferentes formas de turismo:

- Turismo Interno: el de los residentes de un país que viajan únicamente dentro de éste.
- Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro de un país dado.
- Turismo emisor: el de los residentes de un país dado que viajan a otro país.

Al combinar estas tres formas básicas de turismo, da lugar a 3 categorías de turismo diferentes:

- Turismo Interior, que comprende el turismo interno y el turismo receptor.
- Turismo nacional, que comprende el turismo interno y el turismo emisor.
- Turismo internacional, que comprende el turismo receptor y el turismo emisor.

Figura 1. Combinaciones de Turismo



Elaboración propia a partir de Montaner (1996)

El fenómeno turístico tiene grandes repercusiones a nivel social, cultural y económico en todo el mundo, ya que se trata de una actividad interdisciplinar. Asimismo, esta actividad conlleva la generación de actividad económica para dar respuesta a las necesidades tanto del turismo nacional como internacional.

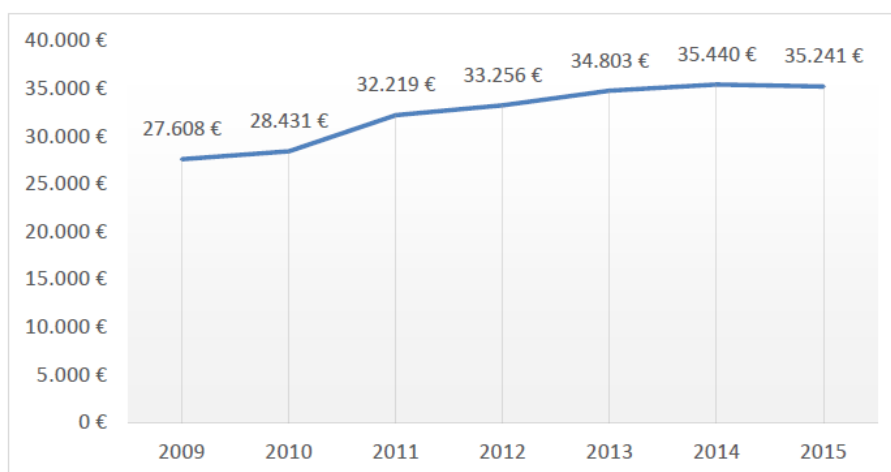
Las actividades vinculadas con el turismo se integran en el sector servicios, dentro de la economía nacional, y el desarrollo de su función se encuentra altamente condicionado por la evolución experimentada por el resto de los sectores económicos. El turismo se constituye, por tanto, en un importante medio de desarrollo económico y social y en un factor más para la cohesión y el crecimiento equilibrado de todo el territorio. (Aguado y Noguera, 2013).

La clasificación del turismo arriba indicada (interno, receptor y emisor) es especialmente importante desde el punto de vista económico. En el turismo receptor se produce una entrada de riqueza nueva procedente del exterior (divisas). Tal y como señalan Vogeler y Hernández (2004) en el turismo emisor se producirá una pérdida de riqueza, pues los nacionales se gastarán en el extranjero renta o patrimonio que han adquirido en el suyo. En el turismo interno no habrá ni entrada ni salida de divisas, pero origina notables beneficios económicos como la redistribución de la renta o mayor empleo. Tanto en el turismo receptor como en el turismo interno, las empresas juegan un papel clave al incidir tanto en el volumen de actividad como en las características de la demanda. En consecuencia, su actuación en el mercado actúa como palanca atrayendo inversión y generando importantes externalidades positivas en las empresas próximas.

Tal y como señala Rivas (2007), es importante tener en cuenta el efecto multiplicador del turismo, por ejemplo, cuando un turista gasta en una habitación de un hotel, el propietario del mismo gasta a su vez parte de ese ingreso en adquirir otros bienes y servicios de un tercero quien, a su vez, también destinará parte de lo ingresado en la adquisición de más bienes o servicios y así sucesivamente.

La balanza de pagos turística (BPT, en adelante), es la expresión de los gastos y los cobros realizados con el extranjero con motivos del turismo. Se compone de la balanza comercial, de la de servicios, de la de capitales a largo plazo y de la de transferencias. Al no incluir la balanza de capitales a corto plazo, la BPT de España es una Balanza Básica de Pagos. En términos de la Balanza de Pagos, el turismo será beneficioso para generar actividad económica en un país cuando los ingresos turísticos superen los pagos por ese mismo concepto, y reducirá la actividad económica en caso contrario. (Rivas, 2007). En el caso de España, los ingresos turísticos reducen el déficit comercial. Tal y como se puede observar en el gráfico 1, el saldo por turismo (diferencia entre lo que ingresan gracias a los visitantes extranjeros y lo que gastan sus respectivos ciudadanos cuando viajan fuera de sus fronteras) en España ha ido aumentando desde el año 2010 hasta el 2015. En el año 2015 presentó un superávit de 35.241 millones de euros, situándose como segundo país del mundo con mayor superávit en saldo por turismo solo detrás de los Estados Unidos según datos publicados por la OMT. (Canalis, 2016).

Gráfico 1. Saldo por turismo (millones de euros)



Fuente: elaboración propia a partir de Hosteltur

La actividad turística para un país como España es de vital importancia. Según los últimos datos publicados en la Cuenta Satélite del Turismo de España por el Instituto Nacional de Estadística (INE, en adelante), en el año 2015, el turismo representó el 11,1% del Producto Interior Bruto (PIB, en adelante) y 13% del empleo, tal y como se puede observar en la tabla 1. Estos valores han ido aumentando durante los últimos años ya que en 2010 el porcentaje sobre el PIB era del 10,2% y el porcentaje sobre el empleo era del 10,6%. (INE, 2015).

Tabla 1. Aportación del turismo a la economía española (2015).

	Valor	Porcentaje sobre el total
Aportación al PIB (millones de euros)	119.011€	11,1%
Aportación al empleo total (millones de puestos de trabajo)	2,49	13%

Fuente: Elaboración propia a partir del INE.

Además del gran peso en el PIB y del alto porcentaje sobre el nivel de empleo, el turismo tiene una serie de impactos económicos muy importantes. Estos pueden resumirse de la siguiente manera según Rivas (2007):

- Desarrollo del propio sector turístico: es el efecto más directo y consiste en el desarrollo del sector turístico motivado por el consumo de turistas.
- Desarrollo de otros sectores: es la consecuencia del efecto multiplicador, provoca que otros sectores económicos experimenten un notable crecimiento.
- Redistribución de la renta: el turismo contribuye a la igualación de rentas entre zonas más o menos deprimidas e igualmente permite una más justa distribución entre los perceptores de rentas.
- Modificación de las estructuras de consumo: el desarrollo turístico comporta de una parte, un incremento del consumo en general y, de otra, modifica su estructura, haciéndola más selectiva.
- Influencia sobre los precios: el turismo genera inflación de precios. Estos aumentos se observan primeramente en el mercado inmobiliario, pero también en el resto de los productos de consumo corriente.
- Efectos sobre la inversión: al desarrollarse determinada zona como consecuencia del fenómeno turístico se crea capital fijo (inversiones) no sólo por los particulares, sino también por el Estado.
- Efectos sobre el empleo: el turismo es una fuente generadora de empleo.
- Efectos sobre la Balanza de Pagos Turística: si las importaciones son superiores a las exportaciones, la balanza de pagos será negativa, y positiva si ocurre lo contrario.
- Generación de rentas fiscales: el consumo turístico no genera de forma inmediata ingresos para el Estado a menos que gestione directamente empresas turísticas, sino que éste obtiene tales ingresos de forma indirecta a través de los impuestos o rentas fiscales.

Figura 2. Impactos económicos del turismo.



Fuente: elaboración propia a partir de Rivas (2007).

1.2 La oferta turística

En el campo del turismo es posible distinguir entre una oferta básica y una oferta

complementaria. La oferta básica está constituida por aquellos bienes y servicios de carácter netamente turístico (agencias, alojamientos, transportes, etc.), mientras que la complementaria está formada por aquellos otros bienes y servicios que sin ser exclusivamente turísticos son demandados por los turistas y complementan la oferta básica (restauración, deportes, comercio y ocio). Al conjunto de la oferta se le suele llamar equipo receptor. (Vogeler y Hernández, 2004). Los países deben potenciar su oferta turística para así explotar al máximo los recursos turísticos de los que dispongan. Como dice Rivas (2007), la oferta turística se puede concretar en un conjunto de servicios generales y específicos muy dinámicos que tienden a diversificarse ofreciendo, temporada tras temporada, nuevas fórmulas de ocupación del ocio.

Dentro de la oferta básica, es importante hacer hincapié en los servicios de alojamientos. Las empresas de alojamiento son aquellas que facilitan el hospedaje, con o sin otros servicios complementarios a cambio de un precio. En España, son ofertados por empresas que se denominan “hoteleras” y “extrahoteleras”. Los hoteles y las pensiones se encuentran dentro de la oferta hotelera y la oferta extrahotelera está formada por todas aquellas empresas que ofrezcan alojamiento que no sean hoteles o pensiones. (apartamentos turísticos, viviendas turísticas, campings...) (Vogeler y Fernández, 2004). Hoy en día existen otras modalidades de alojamiento en páginas como Airbnb de alquiler de pisos que suponen una competencia para los establecimientos clásicos.

Existen en España grandes cadenas hoteleras que suponen un gran peso dentro de la oferta hotelera. Vogeler y Hernández (2004) definen una cadena hotelera como aquella empresa que engloba, con una gestión unificada, a un número determinado de hoteles, con una distribución territorial relativamente amplia. A continuación, el Gráfico 2 muestra las 6 principales cadenas españolas con mayor número de establecimientos entre las cuales destaca Melia Hotels International encabezando la lista.

Gráfico 2. Ránking establecimientos de cadenas hoteleras.

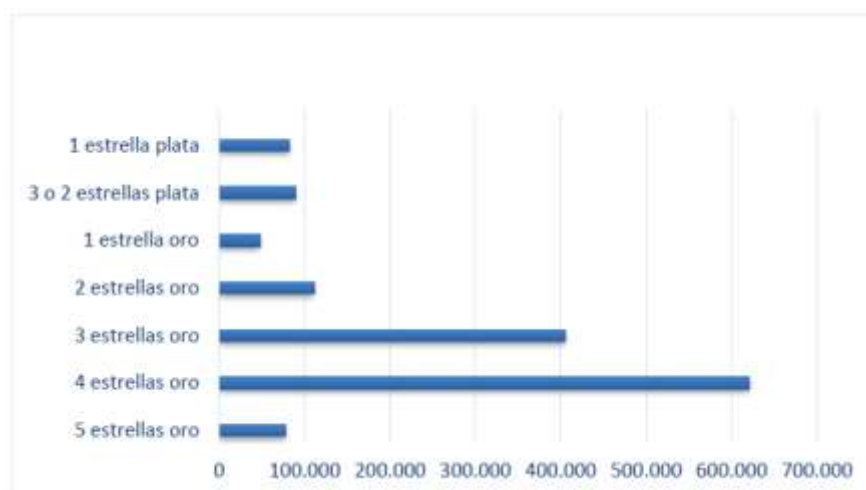


Fuente: elaboración propia a partir del INE.

Según los datos recogidos por Turespaña (2014), España es el tercer país de la Unión Europea que oferta mayor número de plazas hoteleras tan solo superado por Italia y Reino Unido. Dicha oferta hotelera está dividida en hoteles de 5, 4, 3, 2,1 estrellas oro y hoteles con 3,2,1 estrellas plata. El gráfico 3 muestra el número de plazas ofrecidas por los distintos establecimientos hoteleros según su categoría en el año 2014. España tiene una amplia oferta en hoteles de 4 estrellas llegando a alcanzar las 621.319 plazas, cifra muy superior al resto de categorías. También existen muchas en hoteles de 3 estrellas alcanzando la cifra de 405.800 plazas. Para el resto de categorías las plazas ofertadas no

llegan a las 150.000.

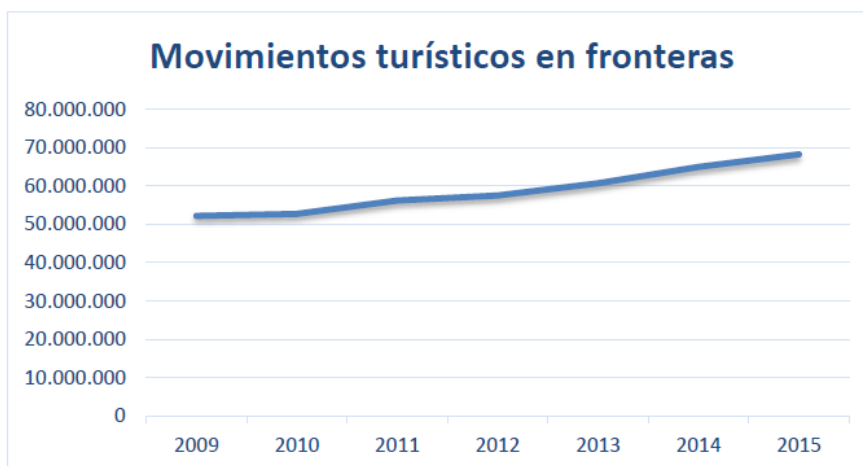
Gráfico 3. Plazas en establecimientos hoteleros 2014.



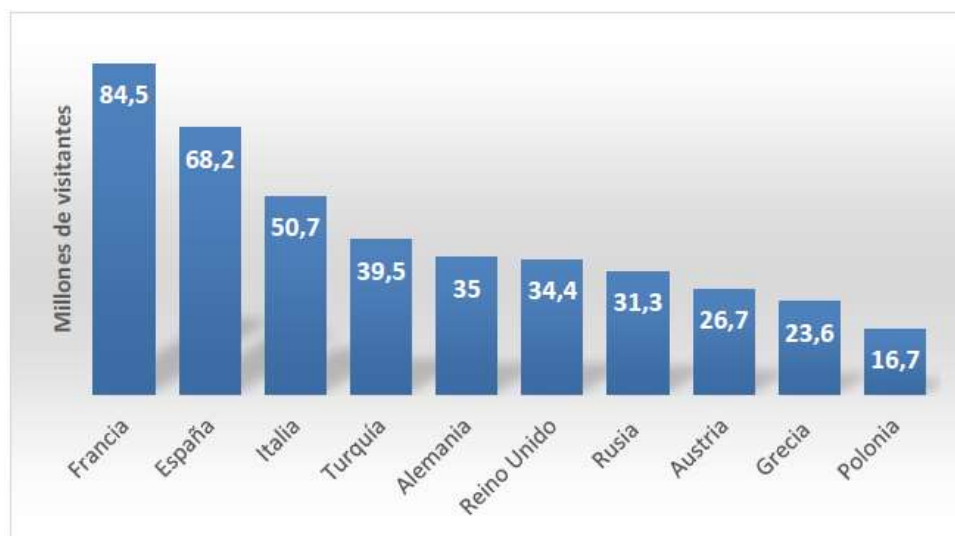
Fuente: elaboración propia a partir del INE.

Desde 2009 el crecimiento de turistas extranjeros que visitan España ha aumentado constantemente. En 2009 la cifra se situaba en 52,1 millones y en 2015 ha pasado a 68,1 millones, es decir, en este período el número de visitantes ha aumentado en casi un 31% (Gráfico 4). Estas cifras sitúan a España como uno de los primeros destinos turísticos mundiales. De hecho, en Europa, España es el segundo país más visitado tan solo superada por Francia como se puede ver en el gráfico 5.

Gráfico 4. Número de turistas extranjeros que visitan España.



Fuente: elaboración propia a partir del INE.

Gráfico 5. Países europeos con más visitas internacionales.

Fuente: elaboración propia a partir del INE.

Atendiendo a los datos de la tabla 2, se puede ver el crecimiento que ha experimentado el sector hotelero desde 2009 hasta 2016. El número de viajeros en hoteles (residentes y no residentes) ha pasado de 77.140.317 en 2009 a 99.519.719 en 2016, un 29% más. Las pernoctaciones han aumentado desde 250.984.811 en 2009 a 330.131.662 en 2016, un 31% más. El número de establecimientos se ha mantenido más o menos constante con casi 15000 establecimientos durante este período. Finalmente, el grado de ocupación ha aumentado en un 11% desde 2009, situándose en el 60% en 2016.

Tabla 2. Encuestas de Ocupación (INE).

Ocupación Hotelera	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Viajes en hoteles (residentes y no residentes)	77.140.317	81.888.869	85.366.968	82.962.461	83.920.838	87.814.529	93.216.020	99.519.719
Pernoctaciones (residentes y no residentes)	250.984.811	267.163.476	286.761.254	280.659.548	286.030.854	295.260.639	308.207.622	330.131.662
Establecimientos	14.824	14.838	14.997	14.996	14.821	14.776	14.621	14.678
Grado de Ocupación	49%	51%	53%	52%	53%	55%	57%	60%

Fuente: elaboración propia a partir de Turespaña

1.3 La demanda turística

Tal y como señala Montaner (1996), la demanda turística se puede definir como el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos y servicios turísticos con el objeto de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento y cultura en su período vacacional. Los turistas realizan sus viajes con diferentes motivaciones: religiosas, ocio, étnico, profesionales, deportivas, físicas... La OMT (2013) en sus estadísticas de turismo, divide los motivos de los viajes de los turistas en 2 grupos:

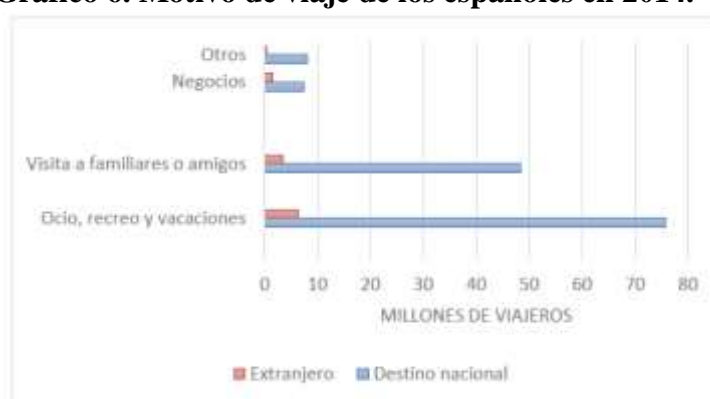
1. Motivos personales:

- Ocio, recreo y vacaciones.
- Visitas a parientes o amigos.
- Tratamientos de salud.
- Religión y peregrinaciones.
- Otros motivos.

2. Motivos profesionales o de negocios.

En cuanto a la demanda turística de los españoles, tanto dentro como fuera de España, tal y como se observa en el gráfico 6, los datos para 2014 muestran que el principal motivo de realización de un viaje fue el ocio, recreo y vacaciones con 75,75 millones de viajes con destino nacional y 6,26 al extranjero. La visita a familiares o amigos alcanzó los 48,38 millones de visitas dentro de España y 3,43 en el extranjero. Los negocios también suponen un desplazamiento y, en 2014, fueron 7,41 millones de viajeros dentro de España y 1,73 fuera.

Gráfico 6. Motivo de viaje de los españoles en 2014.



Fuente: elaboración propia a partir del INE.

Sin embargo, es importante destacar que los viajes de los españoles han disminuido desde 2009. Como se puede observar en el gráfico 7, en el año 2009 fueron 156 millones de viajes dentro de España y 12,02 en el extranjero. Sin embargo, los datos de 2014 muestran que el número de viajes se redujo hasta 139,61 millones nacionales y a 11,78 al extranjero.

Gráfico 7. Número de viajes de los españoles (en millones).



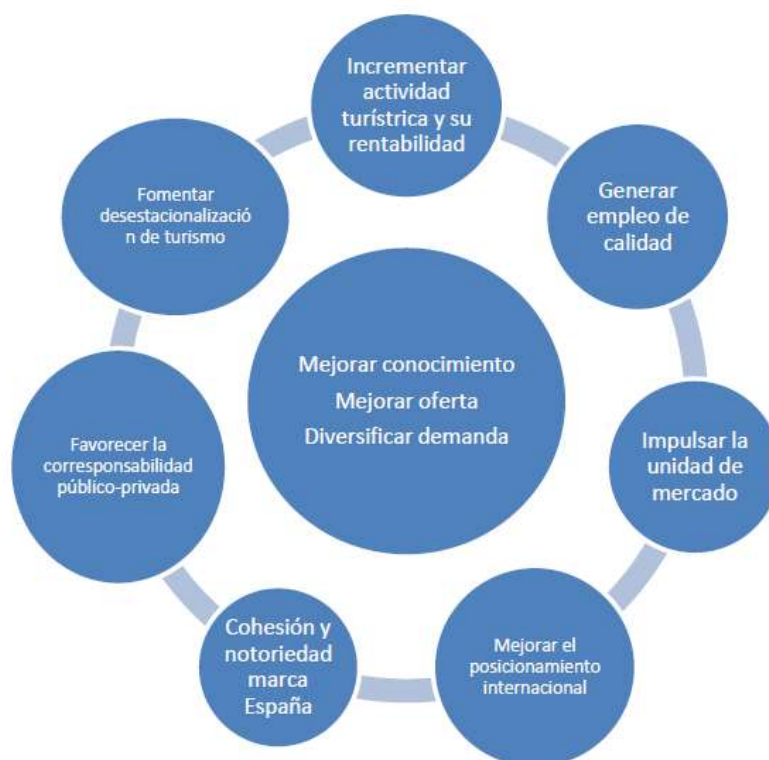
Fuente: elaboración propia a partir del INE.

Se debe tener en cuenta que la demanda turística se puede ver muy afectada por la estacionalidad. Este fenómeno muchas veces viene provocado por distintos motivos. Las principales razones de este fenómeno son: las vacaciones laborales, las vacaciones escolares, las condiciones climáticas, la tradición y la concentración geográfica de los visitantes. Además, teniendo en cuenta que gran parte de la oferta turística de España se basa en sol y playa, la estacionalidad es todavía un factor más relevante. (Ramón y Abellán, 2014)

1.4 Los nuevos retos del sector turístico español

El sector turístico español se encuentra en un entorno completamente globalizado y competitivo, por ello, es necesario situarse a la cabeza de la innovación y la tecnología para así mantenerse como uno de los países líderes en turismo. La tendencia económica y competitiva crece y presenta constantes cambios. Los turistas cada vez cambian más su forma de viajar, se ha pasado de los viajes con largas estancias a preferir realizar más viajes con estancias más cortas, planificación con menos antelación, viajes low-cost... Hoy en día la gente busca en sus vacaciones experiencias innovadoras, lugares exóticos, mayor calidad y satisfacción... Es necesario rejuvenecer los destinos, ofrecer más alternativas con el fin de evitar la estacionalidad. La forma de comercialización ha cambiado por completo, hoy en día, se puede realizar todo por internet, la gente busca a través de las redes o las agencias online vivir y sentir las experiencias del viaje incluso antes de realizarlo. Por ello, un país como España, debe estar a la cabeza en materia innovadora para así poder mantener fidelizados a sus visitantes, así como captar más y más visitantes potenciales. Tal y como recoge Hinojosa (2016) entre los objetivos en relación a la innovación, las empresas turísticas españolas destacan: conseguir más clientes, mejorar el servicio y mejorar la imagen de marca. Los hoteles y restaurantes encabezaron los subsectores del turismo para los cuales la innovación ha sido una acción indispensable para salir de la crisis.

Todo ello requiere contar tanto con iniciativa privada como pública, así como una completa compenetración entre el gobierno central y los distintos gobiernos de las Comunidades Autónomas para llegar a acuerdos favorables en materia turística, captar inversores, crear normativas turísticas, profesionalizar los cargos, etc. Es indispensable crear ventajas competitivas ofreciendo productos y servicios diferenciados de la competencia. Además, dichas ventajas se deben conseguir ofreciendo productos de menor impacto ambiental, de manera eficiente y con una gestión sostenible de los destinos. La manera de conseguir todo esto es mediante la elaboración de planes y proyectos que se adapten a las necesidades del sector. Un ejemplo de ellos es el Plan Nacional Integral de Turismo (2015) (PNIT, en adelante) llevado a cabo entre distintos agentes públicos y privados vinculados al sector. Tras un diagnóstico de la situación de España, un país con grandes recursos tanto actuales como potenciales y un modelo eficiente de gestión empresarial, el PNIT ha desarrollado una serie de objetivos: incremento de la actividad turística y mejora de su rentabilidad, generación de empleo de calidad, impulsar la unidad de mercado, mejorar el posicionamiento internacional, mejorar la cohesión y notoriedad de la marca España, favorecer la corresponsabilidad público-privada y fomentar la desestacionalización del turismo. Para poder ir cumpliendo estos objetivos es necesario mejorar el conocimiento, mejorar la oferta turística y diversificar la demanda.

Figura 3. Plan Nacional Integral de Turismo.

Fuente: elaboración propia a partir de PNIT

2. Paradores de España

2.1. Análisis PESTEL

Para poder identificar los factores del entorno general que el sector no puede controlar pero que le afectan en mayor o menor medida es necesario elaborar un análisis PEST. Su nombre proviene de las siglas para "Político, Económico, Social y Tecnológico". El estudio se puede extender también a factores "Ecológicos" y "Legales" dando lugar a un análisis PESTEL. A continuación, se desarrolla un análisis PESTEL de los factores que afectan a la empresa Paradores.

Factores económicos

El estudio de la evolución y de la situación de distintas variables macroeconómicas es indispensable ya que tienen influencia directa en el sector. En primer lugar, es importante conocer cuál ha sido la evolución del PIB en España durante los últimos años, ya que una gran parte de la demanda de Paradores es nacional. Tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, el PIB tiene una tendencia creciente desde el año 2012, donde llegó a tener una tasa negativa de 2,9%, sin embargo, desde el año 2014 la tasa ha sido positiva situándose en 2016 en un 3,2%.

Gráfico 8. Crecimiento del PIB en España.

Fuente: elaboración propia a partir del INE.

También es importante conocer la situación del empleo, España tiene una tasa de paro elevada. Según las últimas publicaciones del INE, la tasa de paro al finalizar 2016 se situaba en 18,63% y la tasa de actividad en 58,95%. (INE, 2017).

El Índice de Precios de consumo (IPC) que indica el nivel de inflación de un país, los últimos datos del INE lo sitúan en un 2,97% en España con una tendencia ascendente con respecto a los últimos años. Este aumento de precios afecta al turismo en dos maneras: por un lado, aumentan los gastos de hoteles, restaurantes, bares y por otro lado los consumidores reducen su intención de viajar con el aumento de precios.

Factores tecnológicos

Actualmente, Internet es una herramienta esencial para casi todos los sectores. En el caso del sector turístico, las nuevas tecnologías cambian la manera de acercarse a los clientes a la hora de ofertarles un producto. La utilización del Big Data (gestión y análisis de grandes cantidades de datos) permite llevar a cabo a las empresas turísticas una gestión inteligente. A través del análisis y seguimiento de los clientes para poder así ofrecerles un producto completamente asociado a sus necesidades. El profundo conocimiento de los clientes permite crear un producto con un valor superior. Otro ejemplo son las aplicaciones móviles, desde las cuales los clientes pueden obtener información relevante, realizar reservas, recibir información y un largo etc. El Big Data, cambiará "gradual y radicalmente los negocios turísticos y las formas de relación de las empresas con sus clientes", según apunta Javier Blanco, fundador de Tourism&Innovation y asesor de la OMT. Además, la robotización es un factor que hay que tener en cuenta ya que está camino de convertirse en un elemento esencial en el mundo de la oferta turística, por ejemplo, en Japón, ya existe algún hotel completamente robotizado.

Factores Políticos-Legales

Para la creación de destinos turísticos es necesario la existencia de algún organismo específico que estudie las oportunidades que tiene un país a partir de sus recursos actuales y potenciales. En el caso de España las competencias en materia turística se trasladaron al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través del real decreto 542/2009. Este ministerio tiene otros organismos que dependen de él, la Secretaría General de Turismo, la Agencia de Turismo y la Dirección General de Turismo. Las funciones de estos organismos son principalmente: definir, desarrollar, coordinar y ejecutar las políticas turísticas y la cooperación turística internacional.

Las competencias en materia turística se reparten de la siguiente manera:

- Ámbito nacional: promoción
- Ámbito regional: desarrollo y promoción en el mercado nacional.
- Ámbito local: acogimiento e información.

España, al ser un país miembro de la Unión Europea recibe fondos para la mejora de la calidad turística y la creación de nuevos productos. Sin embargo, la Unión Europea no regula aspectos específicos del sector, solo en aquello relacionado con la protección de derechos del consumidor. Este hecho no afecta directamente a Paradores, al ser beneficioso para el sector turístico en general puede repercutir positivamente en el entorno de algún Parador facilitando la dinamización de zonas con menos recursos. Sin embargo, la inestabilidad política y los cambios de gobierno pueden suponer alteraciones en la política turística que acaben afectando a la empresa o a su condición de empresa pública 100%.

Factores Sociales

Los gustos de la gente y las preferencias de viajar están cambiando en la actualidad. Existe

masificación turística en muchos destinos y ello provoca cambios a la hora de elegir el viaje. Como ya se ha mencionado anteriormente, muchos de los turistas buscan destinos distintos a los habituales, la planificación de los mismos es distinta, se busca más calidad, experiencias únicas.

La demografía también juega un papel importante, el constante aumento de población provoca más clientes potenciales para el sector turístico, así como nuevos perfiles de turistas. Además, la pirámide población tiende a envejecer, por lo tanto, el turismo senior irá en aumento así que es necesario contar con los recursos necesarios para recibir a este tipo de clientela (accesibilidad, temporada baja, seguro médico, etc.).

Asimismo, la OMT prevé un enorme crecimiento de los movimientos migratorios, este hecho provoca que aumente la diversidad cultural y los viajes a familiares y amigos. Sin embargo, se debe tener en cuenta que los destinos turísticos que tienen un exceso de demanda provocan rechazo en la población local como puede ser el caso de Venecia. La OMT también recomienda a las empresas turísticas productos reforzados con servicios 24 horas para aquellas personas que viajen solas. Esto puede suponer un plus ya que este tipo de viajeros cada vez es mayor. (Canalis, 2011).

Es importante tener en cuenta también un factor clave que afecta directamente al turismo: el terrorismo. Las amenazas de ataques terroristas suponen cambios en las preferencias de los viajes. A la hora de elegir un viaje, los turistas han de percibirlo como seguro. Aunque es algo impredecible, es importante contar con una infraestructura de seguridad y contar con personal que conozca protocolos de actuación en casos de ataques terroristas. En un futuro no muy lejano, muchos hoteles tendrán certificado de seguridad antiterrorista, tal y como ya se está observando en algunos establecimientos.

Factores ecológicos

Hoy en día no se puede concebir una empresa del sector turístico que no esté involucrada con el cuidado del medio ambiente. La importancia del turismo sostenible ha llevado a la creación de un proyecto denominado Agenda Local 21. Este proyecto se acordó en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medioambiente y Desarrollo Sostenible en 1992 celebrado en Río de Janeiro. El proyecto establece que para cada territorio que lo aplique, deberá existir la implicación directa de los gobernantes, ayuntamientos y resto de administraciones locales. La aplicación consiste en un plan estratégico con políticas medioambientales para poder conjugar el desarrollo turístico y económico a la vez que se protege al medioambiente.

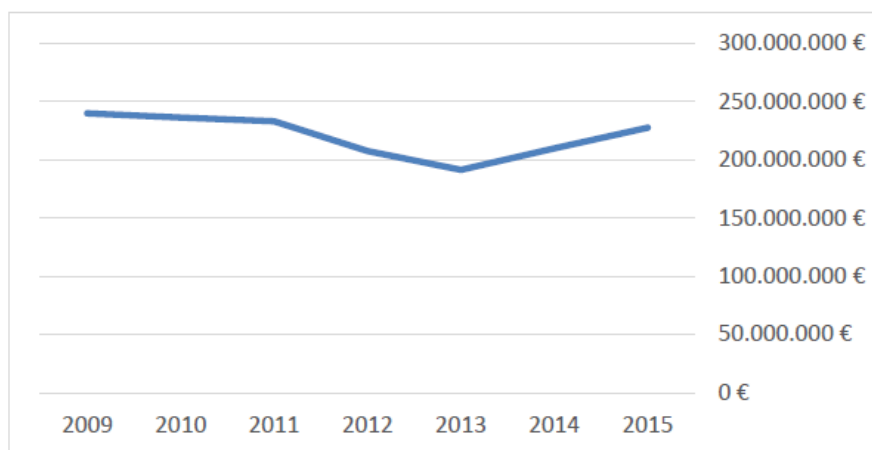
La Asamblea General de las Naciones Unidas ha declarado 2017 como año internacional del turismo sostenible. Cabe destacar que el turismo sostenible no solo afecta al ecoturismo, sino que la sostenibilidad es un fenómeno transversal que afecta a todos los segmentos del turismo. (Canalis, 2011). El elevado consumo energético, así como la generación de residuos por parte de las empresas hoteleras es un aspecto que puede afectar sobre la opinión de la población local.

2.2. Análisis Porter, DAFO y CAME

La red de Paradores cuenta actualmente con 95 establecimientos. Según su emplazamiento estos paradores se pueden clasificar en tres tipos: Esencia, Civia y Naturia. Los paradores Esencia son hoteles monumentales o históricos (castillos, palacios, antiguos monasterios...), los paradores Civia son hoteles urbanos situados en el centro de la ciudad y los paradores Naturia son hoteles situados en la costa o en entornos naturales. Estos 95 establecimientos están situados por todas las Comunidades Autónomas a excepción de Baleares y uno en Portugal. Se dividen en 2 hoteles de 5, 79 de 4 y 14 de 3 estrellas. Tal y como refleja se refleja en la página web oficial de Paradores (2017), el número de plazas

ofertadas alcanza las 4.085.167 con una media de 65 habitaciones por parador y hay ocupación entorno al 70%. El número de clientes nacionales se sitúa en torno al 66% y los clientes extranjeros en 34%. Debido a la gran extensión de la red, cuenta también con un elevado número de trabajadores en sus filas. La plantilla media de trabajadores es de 4,442 de los cuales un 75% son con contrato fijo y un 25% con contrato temporal. La edad media de la plantilla es de 46 años y la antigüedad media se sitúa en torno a 16 años. Gran parte de los ingresos de la red de paradores proviene de sus ventas en restaurantes con más de 2 millones de cubiertos vendidos por año. En el gráfico 9 se observa cual ha sido la evolución de la cifra de negocios de la red de paradores.

Gráfico 9. Evolución de la cifra de negocio



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SABI.

Para delimitar el entorno específico de una empresa se debe conocer la estructura de la competencia. Ésta está formada por el conjunto de empresas que producen y ofrecen productos o servicios que son cercanos en características o cumplen la misma función en un mercado determinado. (Alonso y Martín, 2009). Según (Porter, 1980) La competencia en un sector viene determinada por cinco fuerzas competitivas básicas. Éstas cinco fuerzas determinan la rentabilidad a largo plazo en un mercado o en un segmento de mercado.

- La amenaza de nuevos competidores.
- El poder de negociación de los clientes.
- El poder de negociación de los proveedores.
- La amenaza de productos y servicios sustitutivos.
- La intensidad de la rivalidad entre competidores de un sector.

La entrada al mercado de nuevos competidores puede suponer que las empresas del sector pierdan clientes o disminuyan su rentabilidad al disminuir los precios para evitar la pérdida de clientes. Esta amenaza dependerá de las barreras de entrada en el sector. Según Alonso y Martín (2009), las barreras de entrada más importantes son: economías de escala, economías de experiencia, economías de alcance, diferenciación de productos, requisitos de capital, acceso a los canales de distribución, política gubernamental y reacción de competidores existentes. En el caso de Paradores de Turismo, esto no supone una gran amenaza debido a que el sector hotelero en España cuenta ya con una amplia oferta, la inversión necesaria es muy elevada y, además, la red de Paradores cuenta con numerosos edificios históricos y se sitúa en parajes naturales lo que supone una enorme dificultad para otra empresa poder llegar a competir con ella.

Los clientes son el punto central sobre el que gira el negocio turístico, de sus gustos, sus

expectativas, sus modos de vida, sus formas de ocio, su poder adquisitivo, sus exigencias de calidad, etc., depende que una empresa turística desarrolle convenientemente su actividad. [...] La influencia de los clientes proviene de su poder de negociación, que les permite forzar a la baja los precios, buscar calidad superior o más servicios y endurecer la rivalidad entre los competidores. (Alonso y Martín, 2009). Paradores de Turismo ofrece un producto muy diferenciado y una imagen de alta calidad por lo tanto los clientes tienen menor influencia sobre los precios. Sin embargo, en los últimos años con las dificultades de la crisis, Paradores también se tuvo que adaptar y revisar sus precios. Hoy en día existen gran cantidad de ofertas para sus clientes ya que se encuentra en un mercado cada vez más exigente. La fidelización de los clientes es muy importante para las empresas. Paradores cuenta con su programa “Amigos de Paradores” que son clientes fidelizados que obtienen diferentes descuentos y promociones. Además, la concentración en la distribución supone un gran desembolso para las empresas del sector con los intermediarios debido a la dificultad de llegar a los clientes.

Los proveedores de las empresas turísticas presentan una heterogeneidad aún mayor que la propia de un sector tan diverso. Este elemento incluye a todas las empresas y particulares de cuyos bienes las empresas turísticas se abastecen o cuyos servicios contratan para desarrollar su actividad. Es muy importante la calidad de los productos y servicios adquiridos a los proveedores, porque de ellos depende la calidad del servicio final ofrecido al turista. (Alonso y Martín, 2009).

La gestión de compras de la red de Paradores está centralizada en la Dirección de Compras. De esta manera los criterios de calidad son las mismas para toda la red. Al ser una cadena de carácter público, la contratación de obras, suministros y servicios se realiza mediante procedimientos públicos, abiertos y transparentes.

Los proveedores de la red de Paradores no tienen demasiado margen de negociación debido a que, al ser las compras unificadas a toda la red, significa un gran volumen de negocio por lo tanto las condiciones suelen ser favorables para Paradores.

Un producto o servicio sustitutivo supone que otra empresa puede ofrecer a los clientes el mismo servicio o un servicio mejor que satisfaga de igual manera sus necesidades. En el caso de Paradores los productos y servicios sustitutivos no suponen un gran riesgo debido a que, como ya se ha mencionado anteriormente, los hoteles de la red ofrecen servicios con un nivel de calidad muy alto y además goza de un producto muy diferenciado con respecto al resto. Es cierto que existen en España muchos hoteles que también ofrecen un gran lujo y un alto servicio de calidad, sin embargo, los hoteles de Paradores gozan de emplazamientos únicos tanto naturales como monumentales- artísticos que les dan una ventaja frente a otros hoteles de calidad y esta diferenciación también implica que le afecten menos páginas de alquiler de apartamentos como Airbnb. Además, Paradores cuenta con un elevado número de clientes fidelizados con su programa “Amigos de Paradores”.

La rivalidad de los competidores del sector es un factor clave a la hora de analizar el entorno específico ya que las decisiones que tome una empresa pueden afectar directamente a otra del mismo sector. Por ejemplo, si un hotel decide reducir los precios en determinada época, los competidores tendrán que decidir si también reducirlos para no perder clientes actuales o potenciales, lo que supone reducir su rentabilidad, o pueden decidir mantener sus precios, pero arriesgándose a perder clientes. Según Alonso y Martín (2009) la rivalidad entre las empresas turísticas será mayor si se producen algunas de las siguientes causas: elevado número de competidores, equilibrio entre competidores, crecimiento lento en el sector, costes fijos o de almacenamiento elevados, falta de diferenciación de servicios y fuertes barreras de salida.

En el caso de Paradores, sus competidores hoteles de lujo que ofrezcan también un servicio de alta calidad, emplazamientos naturales, hoteles diferenciados y únicos. En general, los clientes de Paradores están bastante fidelizados con la red, sin embargo, es importante

también que se adapten a los cambios que otros hoteles de la competencia lleven a cabo para evitar perder a sus clientes. El número de turistas que visitan España tiende a aumentar año tras año por ello la competitividad en el sector hotelero se hace mayor, Paradores tiene que, además de mantener a sus clientes, elaborar estrategias adecuadas para captar más clientes y evitar que éstos prefieran a la competencia. En el caso de la diferenciación de los productos y servicios, Paradores goza de una gran ventaja ya que, como se ha mencionado anteriormente, la red goza de una gran diferenciación y una imagen de marca fuertemente consolidada.

Poseer una ventaja competitiva significa que la empresa ofrece un producto o un servicio que otra empresa del mismo sector no ofrece, significa conseguir que el cliente perciba el producto como único e inigualable.

En el caso de Paradores de España, su grado de diferenciación del producto y su calidad lo sitúan con una fuerte ventaja competitiva frente al resto de hoteles. Es la primera cadena hotelera que obtiene la Q de Calidad otorgada por el Instituto de Calidad Turística (ICTE).

Tal y como se mencionaba anteriormente, el emplazamiento de los hoteles de esta red, sus edificios históricos (45 de ellos han sido declarados Bienes de Interés Cultural), las colecciones artísticas (más de 9000 inventariadas) que adornan sus hoteles... ofrecen a los clientes experiencias únicas que en la gran mayoría de los casos otros hoteles no pueden igualar. Cabe destacar también que la gastronomía para la red es muy importante. Todo ello ha conseguido crear una fuerte imagen de marca de Paradores tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

Figura 4 Ventaja competitiva Paradores



Fuente: elaboración propia.

El análisis DAFO (o FODA) es una herramienta de gestión que facilita el proceso de planificación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas, y para el desarrollo de proyectos de mejora. El nombre DAFO, responde a los cuatro elementos que se evalúan en el desarrollo del análisis: las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. (Díaz y Matamoros, 2011).

Tabla 3. Matriz DAFO Paradores.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Situación económica inestable con pérdidas de 2009 a 2014. • ERE con 350 despidos afectando a la imagen de la empresa. • Grado de estacionalidad distinta entre unos Paradores y otros. • Necesidad de inversión para reconstruir algunos establecimientos. • Falta de oferta complementaria en algunos Paradores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibles nuevos competidores. • Estacionalidad del sector turístico. • Preferencia por estancias más cortas y menor gasto. • Oferta hotelera sumergida. • Nuevas dificultades económicas
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Alta calidad en sus productos y servicios. • Imagen consolidada a nivel nacional e internacional. • Elevado número de clientes fidelizados. • Experiencia y tradición turística. • Desarrollo de una responsabilidad social corporativa muy activa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del turismo de negocios, de cultura y rural. • Preferencia de los clientes de un producto tradicional. • Posicionamiento en las nuevas tecnologías. • Crecimiento del mercado turístico español. • Diversidad cultural y geográfica.

Fuente: elaboración propia

Tras el análisis DAFO y para continuar con la planificación estratégica es necesario realizar un análisis CAME que consiste en corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades.

Tabla 4. Matriz CAME Paradores.

Corregir	Afrontar
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor presencia online • Más mercado internacional • Ofertas y promociones en temporada baja • Inversiones en reestructuración 	<ul style="list-style-type: none"> • Fidelización de clientes “Amigos de Paradores” • Productos y servicios complementarios. • Estrategias de marketing • Centralización de los costes.
Mantener	Explotar
<ul style="list-style-type: none"> • Línea estratégica renovada. • Calidad en productos y servicios • Compromiso medioambiental • Experiencia y tradición turística. • Cuidado de clientes fidelizados 	<ul style="list-style-type: none"> • Captar el crecimiento de mercado • Aprovechamiento de su distribución geográfica • Aumentar su posicionamiento en las nuevas tecnologías. • Imagen de marca

Fuente: elaboración propia.

2.3. Análisis de la rentabilidad

El concepto de rentabilidad expresa la relación entre los resultados monetarios (reales o estimados) obtenidos por una actividad y los medios (capitales) para obtenerlos. Se trata de un indicador económico-financiero de las decisiones empresariales, ya que, si un proyecto de inversión genera más rentabilidad que el coste de financiación del mismo, en principio, ese proyecto se debería desarrollar, ya que genera valor para la empresa. El análisis de la rentabilidad se centra en evaluar: el rendimiento de las inversiones o de los activos y el rendimiento obtenido por los propietarios de la empresa. El problema puede surgir cuando se intenta medir y evaluar la rentabilidad, ya que no existe una sola versión de la rentabilidad, sino que nos encontramos con la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera.

La rentabilidad económica nos indica el resultado bruto, antes de cargas financieras y fiscales, que estamos obteniendo por la utilización de nuestros activos o estructura económica. Mide la recompensa bruta obtenida por el esfuerzo total aplicado a la empresa. Para el cálculo de la rentabilidad económica se utiliza el beneficio antes de intereses e impuestos (BAIT, en adelante) en el numerador y el total del activo en el denominador.

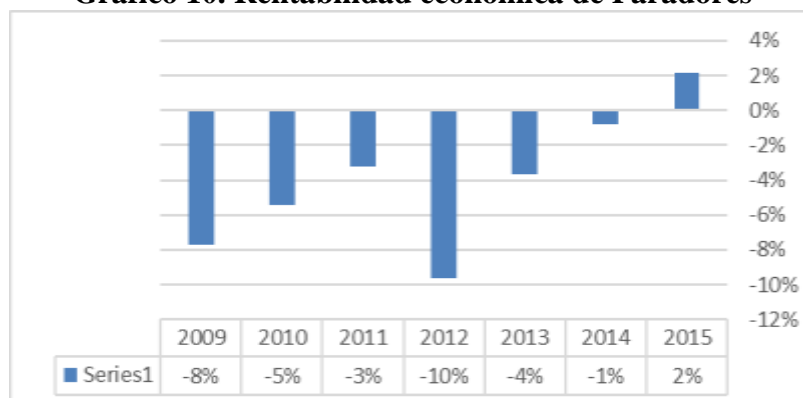
BAIT

Activo total

En el caso de Paradores la rentabilidad económica es negativa en todos los años del periodo excepto en 2015, donde tiene un valor del 2%. El peor valor lo alcanzó en 2013 con una rentabilidad de un 10% negativa. Estos datos indican que esta empresa durante

2009 y 2014 no genero rendimientos positivos con sus activos.

Gráfico 10. Rentabilidad económica de Paradores



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SABI.

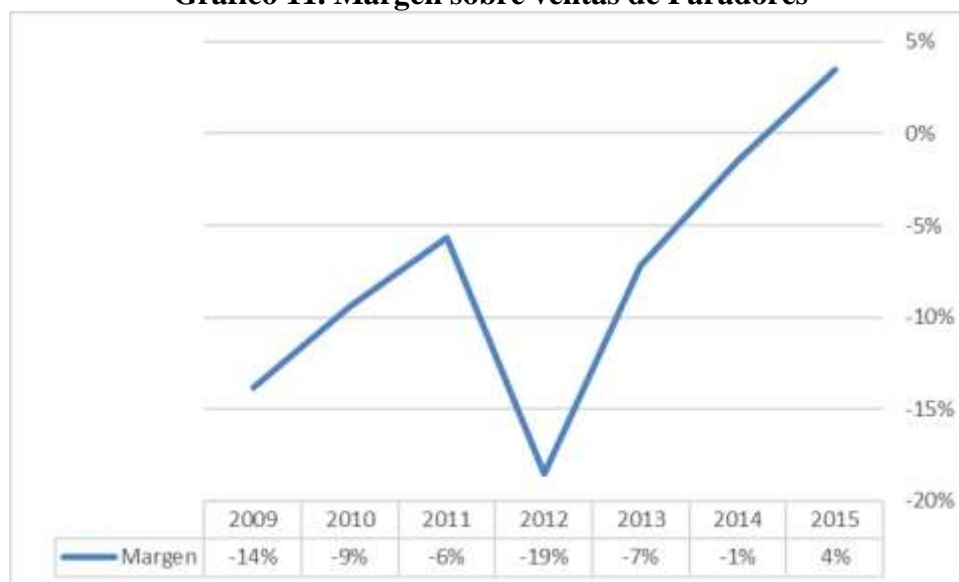
La rentabilidad económica se puede descomponer en margen sobre ventas y rotación de los activos, expresados por la frecuencia con que éstos se recuperan a través de las ventas realizadas durante el ejercicio. El margen sobre ventas expresa los euros de beneficio obtenido por cada euro de ventas.

BAIT

Ventas

El margen sobre ventas de Paradores sigue la misma tendencia que la rentabilidad económica. No obtiene beneficios por sus ventas de 2009 a 2014, teniendo todos estos años valores negativos cayendo en 2012 a un 19% negativo a partir de ahí el margen comenzó a mejorar y en 2015, por primera vez en 6 años obtiene un margen positivo del 4%.

Gráfico 11. Margen sobre ventas de Paradores



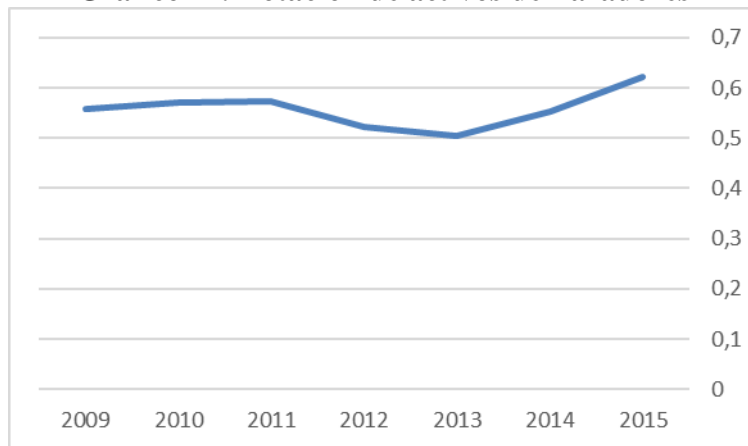
Fuente: elaboración propia a partir de datos de SABI.

La rotación de los activos mide la eficiencia en el uso de los activos para obtener ingresos, ya que se puede definir como el volumen de euros por cada euro invertido.

Ventas
Activo total

En el caso de Paradores, la rotación de activos se mantiene más o menos constante durante todos los años analizados con valores situados entre 0,50 y 0,56 exceptuando el último año donde aumenta ligeramente situándose en 0,62. No es bueno que aumente la rotación mientras el margen sea negativo.

Gráfico 12. Rotación de activos de Paradores



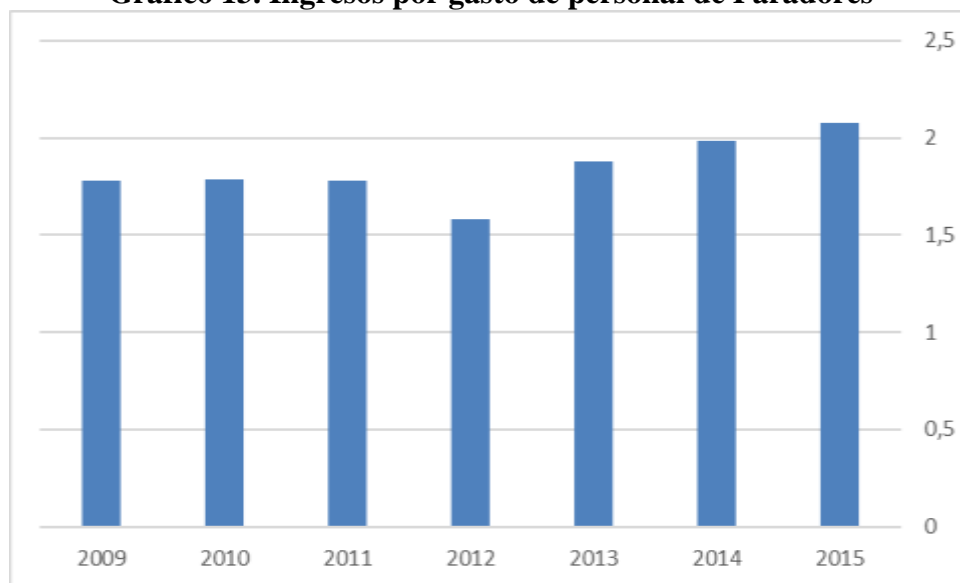
Fuente: elaboración propia a partir de datos de SABI.

Se puede observar una mejora en los datos de Paradores a partir de 2013, llegando a tener en 2015 resultados positivos. Esto significa una mejora de la eficiencia. Para analizarla se puede ver la evolución de 2 ratios: el ingreso por gasto de personal y el ingreso entre el número de personas. El ingreso por gasto de personal indica por cada euro que se gasta en personal cuanto se obtiene de ingreso.

Ventas
Gasto de personal

En el caso de Paradores, durante 2009, 2010 y 2011 se mantiene constante en 1,78 aproximadamente. En 2012 se sitúa en 1,58 y a partir de ahí comienza a mejorar llegando a 2,07 en 2015.

Gráfico 13. Ingresos por gasto de personal de Paradores



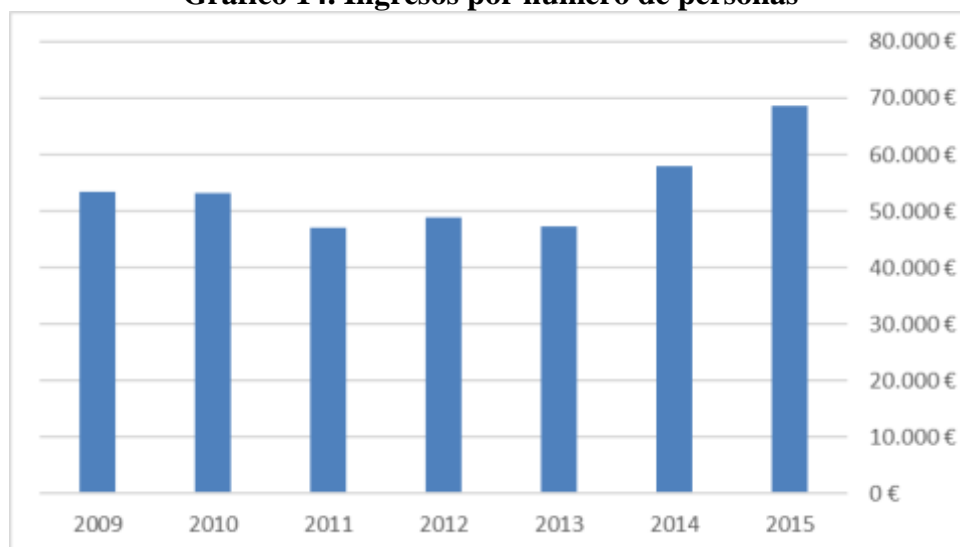
Fuente: elaboración propia a partir de datos de SABI.

El ingreso entre el número de personas muestra los ingresos que se obtienen según el número de personas trabajando.

Ventas *Número de personas*

En el caso de Paradores se observa que en 2009 y 2010 la cifra se situaba en torno a 53000€ por persona, los siguientes 3 años esta cifra desciende y se sitúa en torno a 47000€ y, finalmente en 2014 y 2015 aumenta considerablemente situándose en 58000€ y 69000€ respectivamente.

Gráfico 14. Ingresos por número de personas



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SABI.

Se observa claramente una mejora en los ingresos por personal debido a dos factores clave: mejora de la productividad de los mismos y una reducción de la plantilla pasando de casi 5000 en 2011 a ir reduciendo hasta llegar a 3310 trabajadores en 2015.

3. Referencias

- Aguado, V., y Noguera, B. (2013). *El impacto de la directiva de servicios en las administraciones públicas: aspectos generales y sectoriales*. Atelier Libros.
- Alonso, M. d., y Martín, J. I. (2009). *Dirección estratégica en el sector turístico*. Síntesis.
- Canalis, X. (2011). Los cambios demográficos que transformarán el turismo en el siglo XXI. *Hosteltur*.
- Canalis, X. (2016). Países del mundo con más superávit de turismo. *Hosteltur*. Canalis, X. (2017). Lo más nuevo del turismo y tendencias para 2017. *Hosteltur*.
- Díaz, A. P., y Matamoros, I. B. (2011). El análisis DAFO y los objetivos estratégicos. *Contribuciones a la economía*. Hinojosa, V. (2016). *Innovación Turística*.
- INE. (2015). *Cuenta Satélite del Turismo en España. Base 2010. Serie 2010-2015*. Recuperado el 10 de Febrero de 2017, de <http://www.ine.es/prensa/np1015.pdf>
- INE (2017). *INE-Encuesta de Población Activa*. Obtenido de http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595

- Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (2015). *Plan Nacional e Integral de Turismo*.
- Montaner, J. (1996). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Síntesis.
- Organización Mundial del Turismo (UNWTO). (2013). *Notas Metodológicas de la base de datos de estadísticas de Turismo*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>
- Paradores de Turismo. (2015). *Dossier de prensa Paradores*. Obtenido de http://www.parador.es/sites/default/files/info/adjuntos/2015/02/dossier_prensa_2015_febrero_0.pdf
- Paradores de Turismo. (2017). *Paradores*. Obtenido de www.parador.es
- Porter, M. (1980). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Nueva York: Free Press.
- Ramón, A. B., y Abellán, M. J. (2014). Estacionalidad de la demanda turística en España. *Papers de turisme*.
- Rivas, J. (2007). *Estructura y Economía del Mercado Turístico*. Oviedo: Septiembre. Ediciones S.L.
- Turespaña (2014). *Turespaña*. Obtenido de <http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/estadisticas/analisis-turistico/espanaeneuropa/anuales/Espa%C3%B1a%20en%20Europa%202014.pdf>
- Vogeler, C., Hernández, E. (2004). *El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.

(Julio 2017)

AUTOTRANSPORTE TURÍSTICO ESPAÑOL S.A.: ANÁLISIS CONTABLE (2009 – 2015)

Rubén Lado Sestayo

Universidade da Coruña

Eric Pita Sánchez

Universidade da Coruña

Resumen

En el presente trabajo se realiza un análisis económico y financiero de la empresa Atesa, primera empresa en el sector de alquiler de vehículos a motor en España, así como una valoración de su adquisición por parte de la multinacional americana Enterprise en el año 2012. El objetivo principal es analizar la situación financiera de la empresa y profundizar en el estudio del proceso de adquisición. La información económico-financiera fue obtenida del Sistema de Análisis de Balances Ibéricos. El período que se analiza, entre 2009 y 2015, coincide con la crisis económica global y los resultados cosechados por Atesa presentan una tendencia a la baja que se ve interrumpida el último año. Es una empresa con un gran nivel de deuda en el corto plazo, mientras que la mayoría de su activo es fijo, por lo que la estructura del balance es la principal causa de sus problemas económicos y financieros. La entrada de Enterprise, una empresa que lleva más de 50 años en el sector, cambia la operativa pero en tan poco tiempo no consigue cambios notables en la estructura de la empresa.

Palabras clave: Alquiler de vehículos, turismo, solvencia, rentabilidad.

1. Introducción

En este trabajo se busca analizar económica y financieramente la estructura de la empresa Autotransporte Turístico Español S.A. (Atesa, en adelante) y Enterprise Holdings Inc. (Enterprise, en adelante), haciendo especial hincapié en la unión de ambas

empresas en el año 2012. Se valorará la empresa Atesa mediante distintos métodos y se profundizará en los distintos motivos que pudo haber tras la adquisición de Atesa por parte de Enterprise así como en qué forma afectó a la estructura y forma de trabajar de la empresa.

Atesa fue adquirida en 2012 por Enterprise como parte del programa de expansión de esta última, siendo este año el mismo en el que adquiere CITER en Francia, extendiéndose en la actualidad por más de 30 países y con más de 7.200 oficinas. Atesa fue creada en 1949 por parte de la Dirección General de Turismo para cubrir así la necesidad que había en ese momento de completar la oferta de transporte con carretera con la creación de circuitos de autobuses y la posibilidad de alquilar vehículos y autocares. Desde entonces la empresa no para de crecer y cambiar de propiedad, hasta hoy en día, ya en manos de Enterprise. Bajo el nombre comercial de esta última realiza sus operaciones que ya solo se limitan al alquiler de vehículos de forma tradicional y en la nueva modalidad de “Flex-E-Rent”. En la actualidad, Enterprise es la empresa de alquiler de vehículos con mayor facturación y número de empleados de España y la más importante a nivel internacional.

Autotransporte Turístico Español S.A. se constituye el 2 de noviembre de 1949 para cubrir la demanda de alquiler de vehículos con y sin chófer y autobuses y de una red de circuitos en autobuses. El capital fue suscrito por el Instituto Nacional de Industria, manteniendo el 84% del accionariado. El resto fue suscrito por la Red Nacional de los Ferrocarriles Españoles en 1951 y parcialmente en 1954 por la Compañía Internacional de Coches Cama.

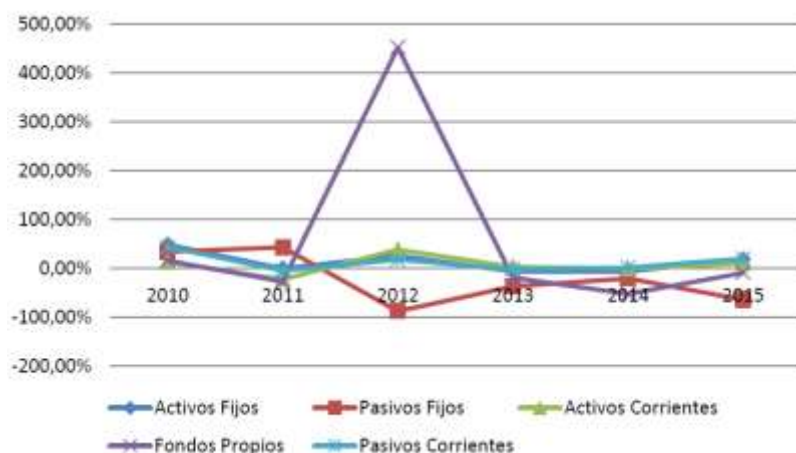
Entre 1952 y 1963, el turismo en España aumenta un 738,4% con lo que Atesa tuvo que crecer también para poder adaptarse a la creciente demanda en el sector. La creación de la Sociedad Española de Automóviles de Turismo en 1950 y el Plan de Modernización de las carreteras en el mismo año contribuyeron al desarrollo de Atesa. Posteriormente, Atesa comenzó a ofertar servicios complementarios como alojamiento, manutención y visitas, lo que no estaba entre sus actividades previstas. Esto desembocó en 1953 en la compra por parte de Atesa de Viajes Hispano Continental S.A. para así poder operar como una agencia de viajes. En marzo de 1964, Viajes Marsans S.A., la primera agencia de viajes de España creada en 1928, adquiere parte de Atesa. Gracias a esto, la empresa pudo dirigir el turismo exterior hacia España y potenciar las actividades existentes de Atesa a través de las filiales Portugal y México.

El INI decidió privatizar Atesa en 1981, siendo adquirida en gran parte por Autos Niza.

Tras esto se mantiene estable en cuanto a propiedad hasta 1988, cuando el grupo Peugeot-Citröen Automóviles comienza a hacerse con el control de la empresa comprando pequeños paquetes de acciones para, en 1992, ser el propietario mayoritario. En el año 1998, un acuerdo entre el grupo PSA y el grupo ANC (Alamo, National y Cartemps) hace que pase a denominarse National-Atesa. Tras la compra por parte de Enterprise Holdings de National y Alamo, estas dos compañías quedarían integradas en la empresa. En 2017 desaparece definitivamente de forma comercial el nombre de Atesa, pero manteniendo el de Alamo y National, siendo Autotransporte Turístico Español S.A. el nombre fiscal de Enterprise para sus operaciones en España. En la actualidad Atesa es una de las principales compañías de alquiler de vehículos, ocupando el 11,77% de los empleados totales del sector, el 6,37% de los activos totales del sector y el obteniendo el 5,39% del total de los ingresos producidos por el sector.

2. Análisis económico-financiero

En este apartado se analizará la información económica-financiera obtenida a través de Sistema de Análisis de Balances Ibéricos de la empresa ATESA que se compara con la de otras empresas similares (Goldcar, Northgate y Hertz) y con la media del sector. Principalmente se analizará la solvencia de la empresa tanto en el largo como en el corto plazo y los riesgos. Destaca el hecho del descenso en el año 2011 de las partidas de balance, salvo el pasivo fijo, que, en el año siguiente, cuando la empresa es adquirida por Enterprise, presentan un ascenso notable mientras que los fondos propios presentan un aumento superior al 400%, producido por el aumento del capital suscrito de más de un 600% y de los otros fondos propios (reservas o resultados de ejercicios anteriores) de un 423%. A partir de este año, tanto los pasivos fijos como los fondos propios seguirían descendiendo para en el año 2015, ser las únicas masas patrimoniales que descienden respecto al año anterior ya que el resto presentan un leve aumento. La variación de las partidas de balance se puede apreciar en el Gráfico 1.

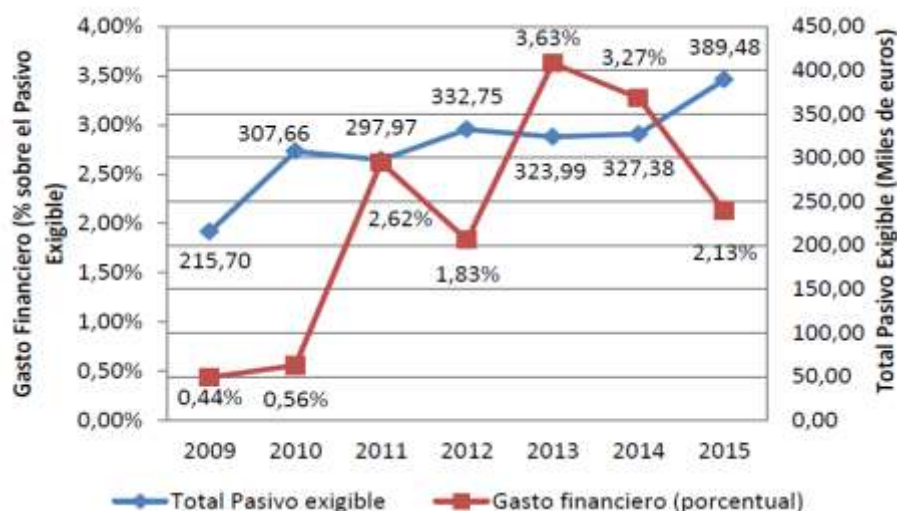
Gráfico 1. Variación porcentual de las partidas de balance

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

2.1. Análisis de riesgos

En este apartado se analizará el impacto de los tipos de interés en la empresa, analizando cual sería la evolución de los resultados en caso de que no hubieran aumentado como consecuencia de la crisis económica y las dificultades de acceso al crédito. De esta forma queda expuesta la dependencia de la empresa respecto a la deuda y a los recursos ajenos y se analiza de una forma más clara lo que ha conseguido la empresa sin depender de estos factores. Se analizará el impacto de la deuda si el coste de esta a parte del real, hubiera sido constante desde 2009, siendo de un 0,4%, o si hubiera sido siempre el mismo que en 2015 donde ya era del 2,1%, existiendo entre ambos años una diferencia del 79,4%. La deuda exigible o pasivo exigible de la empresa ha crecido un total de un 80,56%, pasando de ser de 215,702 millones de euros en 2009 ser de 389,484 millones de euros en 2015, mientras que el gasto ha aumentado un 876% pasando de ser de 945.000 euros a ser de un total de 8,283 millones de euros. En su mayoría está compuesta por pasivos a corto plazo.

Gráfico 2. Evolución del Pasivo Exigible y del Gasto Financiero, representado como porcentaje sobre el Pasivo Exigible



Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Los gastos han aumentado en una proporción mucho mayor que el pasivo exigible. Por tanto, se refleja el endurecimiento de las condiciones de crédito experimentado por Atesa. Esto ha propiciado que el resultado sea cada vez menor ya que si el coste medio de la deuda fuera constante a niveles de 2009, la empresa tendría siempre un resultado mayor, incluso aunque este fuera negativo. El control sobre los gastos financieros es de vital importancia en esta empresa, ya que su resultado puede variar en algunos años, como en 2009, tanto que pasen a ser negativos solo por el hecho de tener un coste financiero mayor, ya que el pasivo total representa en ese mismo año el 94,23% del total del pasivo y fondos propios. La financiación ajena es, por tanto, la vía principal de financiación de la empresa por lo que cualquier cambio en la estructura de pasivo, así como del coste de la deuda, afectan a la empresa de una forma muy directa.

En 2011, año anterior a la adquisición por parte de Enterprise presenta un aumento de un 525% en el coste de la deuda a pesar de que el total del pasivo descendió un 3,14%. En este contexto, no cabe duda de la exposición de la empresa a situaciones de crisis económica, lo cual, como posiblemente ha sucedido, han provocado su venta. En 2012, cuando la empresa es adquirida por Enterprise, el gasto desciende a pesar de que el pasivo aumenta, lo que puede ser debido a que la adquisición por parte de una

empresa internacional con un gran peso en el sector de alquiler y una gran capacidad de generar liquidez, así como con una gran cantidad de activos, que le permite renegociar su deuda en unos términos más ventajosos ya que tiene mayor patrimonio con el avalar esos pasivos y esto puede dar más confianza a los acreedores. En este año se produce un descenso de la deuda a largo plazo, que pasa de representar un 5,35% a representar un 0,57% de la deuda total, reestructuración que tendrá sus consecuencias en los años siguientes donde los gastos, y en consecuencia, el coste medio, aumentarán. En el año 2013, un año después de la adquisición, los resultados son negativos, pero esto es debido a que la cifra de ventas se reducen a la mitad aproximadamente, la cifra más baja del período a analizar, lo que puede repercutir seriamente en las finanzas de la empresa obligándole a endeudarse para poder hacer frente a los gastos y aumentar así tanto su deuda como su coste, lo que se vería reflejado en los gastos financieros del años 2013. En este año los gastos financieros aumentan y el coste medio de la deuda lo hace en una cifra similar. En este año también reduce sus activos inmovilizados y sus fondos propios, dos factores que merman la confianza de los acreedores y repercuten de forma directa en el coste de la deuda. En los ejercicios siguientes, el coste medio seguiría descendiendo, ya que aunque la empresa obtiene resultados más negativos en 2014 que en ningún otro año del período, la cifra de ventas aumenta como así lo hacen los activos fijos.

Por lo general, el análisis realizado confirma que es una empresa en la que el coste de la deuda modifica el resultado de una forma notable, haciendo que si este se mantuviera a niveles de 2009 tendría unos resultados mayores y si estuviera a niveles de 2015 tendría unos beneficios menores, llegando incluso a ser negativos en el año 2009. El único año en el que esta premisa no se cumple es en 2014, en el que el coste fue superior al año 2015 que, como se explica anteriormente, se debe a las pérdidas y a las reducciones de fondos propios así como del activo inmovilizado.

Tabla 1. Resultados ordinarios antes de Impuestos con distinto coste medio de la deuda

Resultados ordinarios antes de Impuestos con distintas bases							
Año	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Base 2009	-10.351	-16.647	-2.216	7.393	7.675	6.057	2.942
Base 2015	-16.928	-22.175	-7.687	1.775	2.643	862	-700
Real	-16.928	-25.926	-12.556	2.756	1.170	5.685	2.942

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

2.2. Solvencia

En este apartado se analiza la solvencia de la empresa a través de distintos indicadores tanto en el corto como en el largo plazo. En el corto plazo se analizan el coeficiente básico de financiación, el ratio de tesorería de primer grado y la prueba ácida. En el largo se analizan tanto el ratio de garantía como el de endeudamiento.

Solvencia en el corto plazo

La solvencia en el corto plazo indica la medida en la que la empresa es capaz en el corto plazo, a través de su ciclo de explotación, de generar liquidez suficiente para hacer frente a sus obligaciones más inmediatas.

El coeficiente básico de financiación (CBF) mide la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas a largo plazo a través del valor de sus activos fijos y la capacidad que tiene para generar liquidez. Si es capaz de generarla con sus actividades en el corto plazo y esta liquidez junto con sus activos fijos son equivalentes a sus fondos propios y a sus pasivos a largo plazo, la empresa es solvente, siendo el resultado igual a la unidad. Si el resultado es menor a la unidad, existe riesgo de insolvencia y hay que comprobar si esto es debido a un ciclo lento o porque su deuda en el corto plazo es muy elevada, superior a sus necesidades en el corto plazo, por lo que se está utilizando para cubrir el ciclo de explotación y las inversiones fijas. Si es muy elevado indica la presencia de recursos ociosos, lo que disminuye la rentabilidad de la empresa ya que usa más financiación en el largo plazo de la que necesita para cubrir sus activos fijos, por lo que parte de esta deuda se usa para financiar el corto plazo, lo que le puede generar unos gastos financieros innecesarios. También se puede deber a que la deuda tiene un vencimiento muy inmediato, es decir, el pasivo corriente es muy superior al no corriente, por lo que la empresa es solvente ya que tiene una gran cantidad de activos inmovilizados con los que afrontar dicha deuda, pero no tiene liquidez. (Rodríguez Sandiás, 2014)

En el caso de Atesa, la empresa presenta un CBF inferior a la unidad, lo que indica que necesita más recursos para financiar su corto plazo (Necesidad Operativa de Fondos o NOF) de los que genera en el corto y necesita endeudarse para hacer frente a estos gastos, lo que hace que los recursos permanentes estén financiados con deuda en el corto plazo. La evolución de sus NOF se puede apreciar a continuación, así como diversos datos asociados a su ciclo de explotación.

Tabla 2. Evolución de los Activos y Pasivos en el corto plazo (expresados en miles de euros) clasificados por su función

Año	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
ACEX	50.763	49.647	50.749	50.043	37.461	49.828	44.130
PCEX	2.943	3.928	3.070	4.102	2.562	5.197	2.649
ACAJ	8.906	4.569	4.141	3.430	1.316	548	561
PCAJ	386.268	322.502	319.716	326.727	279.474	291.289	204.696
NOF	47.820	45.719	47.679	45.941	34.899	44.631	41.481
RLN	-377.362	-317.933	-315.575	-323.297	-278.158	-290.741	-204.135
CC	-329.542	-272.214	-267.896	-277.356	-243.259	-246.110	-162.654

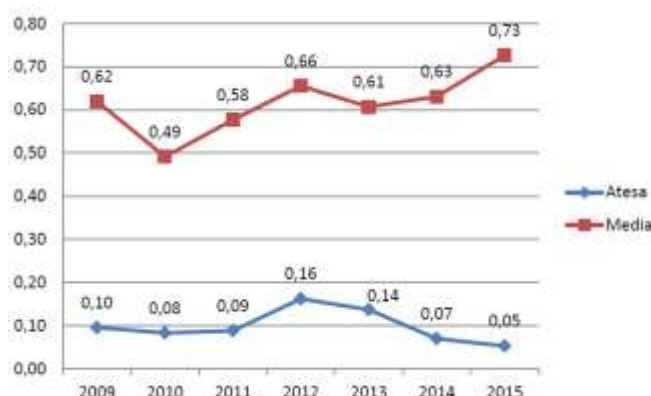
Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

En el ejercicio 2011, el ratio aumenta ligeramente respecto del año anterior, por lo que la empresa necesita un total de 278,158 millones de euros para poder cubrir sus deudas en el corto plazo. En 2012, ejercicio en el que la empresa es absorbida por Enterprise, el ratio asciende notablemente. Esto es debido a que con la entrada de nuevo capital los fondos propios aumentan de forma considerable. Esto compensa el descenso de los pasivos fijos y el aumento de los activos fijos y de las necesidades operativas de fondos. Entre 2013 y 2015 el ratio desciende debido al descenso de los fondos propios y de los pasivos fijos. El CBF se puede ver en comparación con otras empresas del sector y con la media en la Tabla 3 así como la evolución del de Atesa respecto a la media en el Gráfico 3.

Tabla 3. Comparación del CBF entre empresas del sector

Coeficiente Básico de Financiación							
Año	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Atesa	0,0530	0,0701	0,1372	0,1623	0,0883	0,0833	0,0955
Northgate	0,8725	0,9071	0,9434	0,9271	0,9534	0,9621	0,9140
Goldcar	1,9289	1,6729	0,8309	0,5982	0,7496	0,8887	0,5623
Hertz	0,8577	0,8753	0,8395	0,9209	0,8614	0,7969	0,2020
Media	0,7266	0,6306	0,6070	0,6553	0,5769	0,4916	0,6195

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Gráfico 3. Evolución del CBF respecto a la media del sector

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

El ratio de tesorería de primer grado sirve para medir hasta qué punto el efectivo y los otros activos líquidos cubren los pasivos a corto plazo. Un valor muy bajo indica una incapacidad de hacer frente a sus deudas en el corto plazo, mientras que un valor similar a uno indica una correspondencia acertada entre lo que tiene disponible en sus activos líquidos y lo que ha de pagar en el corto plazo. Sin embargo, no es aconsejable que sea superior a la unidad, ya que indica recursos ociosos, que deberían de estar gestionados e invertidos de una forma más eficiente ya que la empresa no obtiene una rentabilidad al poder disponer de ellos libremente. Su valor ideal se sitúa en torno a la unidad. Sin embargo la empresa presenta un ratio muy bajo, estando muy por debajo de la media del sector donde empresas similares como Hertz, Goldcar o Northgate siempre ha sido superior a 0,1 mientras que Atesa nunca supera dicho valor. (Rodríguez Sandiás, 2014)

Los primeros añoses inferior al 0,03 e incluso al 0,01 antes del año 2012, en el que pasa de ser de 0,0047 a ser de 0,0104, un aumento de un 222%. Esto indica que la empresa con sus activos líquidos no es capaz de hacer frente a su deuda, de hecho nunca podría pagar más de un 3% de esa deuda. Los primeros años, antes de 2012, esto es debido a la baja capacidad de la empresa para generar activos líquidos y tesorería, aunque el pasivo a corto plazo es más bajo. Pero en 2012, año de la adquisición, los activos líquidos aumentan un 260% mientras que los pasivos a corto plazo 17,3%. Esto implica que en posteriores años la empresa mantiene esta estructura y al haber un mayor aumento porcentual de los activos, la empresa pasa a cubrir una mayor parte de los pasivos a corto, pero aun así sigue estando alejada de poder cubrir todas sus deudas en el corto plazo. En 2015 presenta un aumento notable

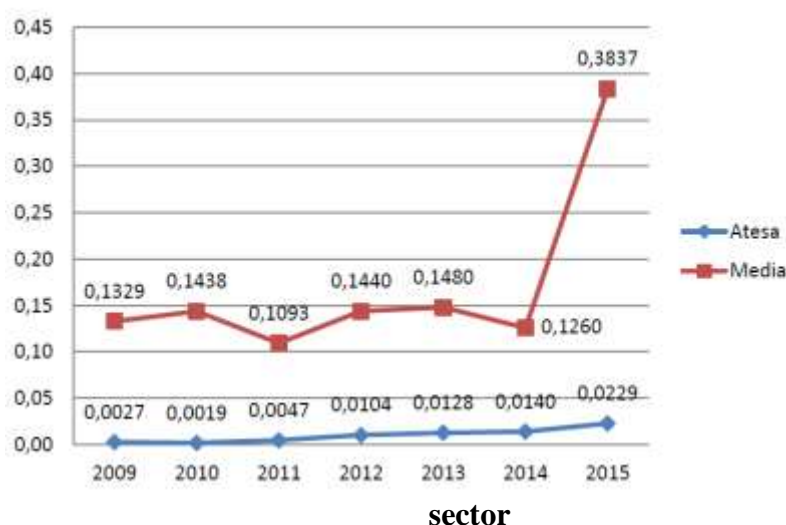
Es una empresa con mucha deuda en el corto plazo, por lo que aunque consiga aumentar sus activos en el corto, tendría que reducir en gran medida su pasivo en el corto, y por el tipo de empresa esto se antoja complicado, ya que muchos de los vehículos son en préstamo del fabricante, que se compromete a recomprarlos si las condiciones determinadas previamente se cumplen (por lo general, límite de kilómetros o un período de tiempo determinado). Como consecuencia, gran parte de los vehículos de la empresa no están más de un año en ella pero sin embargo sea necesario devolverlos a la marca en un período inferior al ciclo de explotación. El ratio de Tesorería de 1º Grado se puede ver en comparación con otras empresas del sector y con la media en la Tabla 4 así como la evolución del de Atesa respecto a la media en el Gráfico 4.

Tabla 4. Comparación del ratio de Tesorería de 1º Grado entre empresas del sector

Tesorería de 1º Grado							
Año	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Atesa	0,0229	0,0140	0,0128	0,0104	0,0047	0,0019	0,0027
Northgate	5,7785	6,6571	0,6260	0,3911	0,3317	0,6911	0,4664
Goldcar	0,1675	0,1803	0,1044	0,6362	0,5880	0,2587	0,1607
Hertz	0,0720	0,0552	0,2556	0,2426	0,3408	0,2134	0,1479
Media	0,3837	0,1260	0,1480	0,1440	0,1093	0,1438	0,1329

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Gráfico 4. Evolución del ratio de Tesorería de 1º Grado respecto a la media del



Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

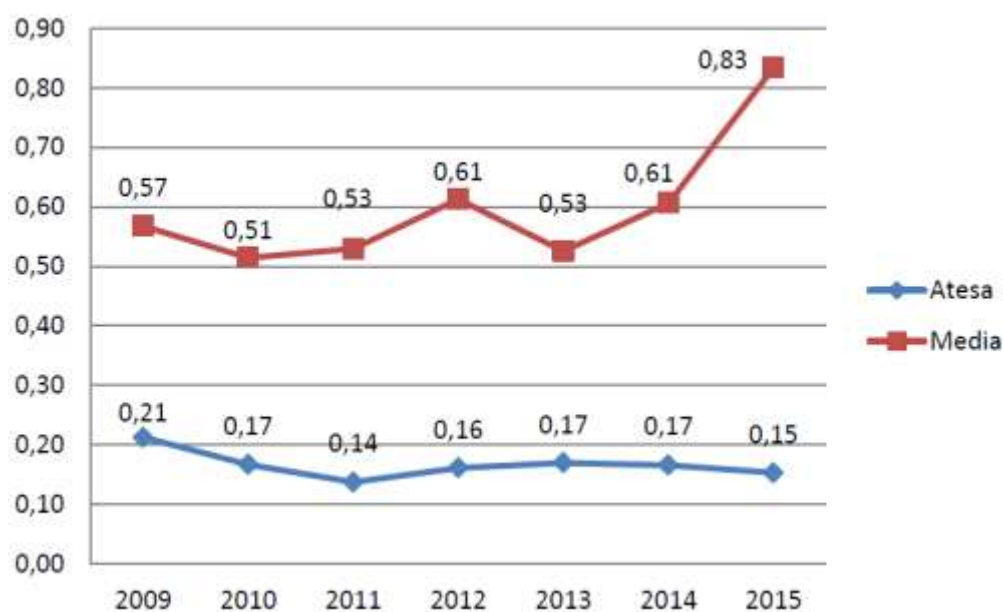
A continuación, se analiza la capacidad que tiene la empresa con el efectivo disponible y sus deudas a cobrar más inmediatas de hacer frente al pago de la deuda en el corto plazo. Es similar al ratio analizado en el apartado anterior, tesorería de primer grado, pero al incluir los deudores de la empresa, se ve de forma más clara si con el líquido y lo que se espera de ingresos en el corto plazo fruto de su ciclo de explotación, puede cubrir las deudas en el corto plazo. (Rodríguez Sandiás, 2014).

Si tenemos en cuenta los deudores de la empresa, la solvencia aumenta hasta situarse por encima del 10% del valor total de la deuda en el corto plazo. El valor más bajo es de 0,1374 en el año 2011 y el más alto es de 0,2128 en el año 2009. En este caso la empresa puede hacer frente a un mayor volumen de sus obligaciones en el corto plazo, pero nunca más de una cuarta parte de las mismas. En 2011 el ratio es tan bajo debido a que los deudores descienden un 23,61%. Fuera de esos dos años, el ratio se sitúa en torno a 0,15, lo que dista bastante del 0,5 y el 0,6, valores entre los que se sitúa la media, a excepción del 0,83 del año 2015. La Prueba Ácida se puede ver en comparación con otras empresas del sector y con la media en la Tabla 5 así como la evolución del de Atesa respecto a la media en el Gráfico 5.

Tabla 5. Comparación de la Prueba Ácida entre empresas del sector

Prueba Ácida							
Año	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Atesa	0,1532	0,1660	0,1699	0,1616	0,1374	0,1672	0,2128
Northgate	2,3086	2,6883	2,4895	2,1666	1,4212	1,1972	0,4048
Goldcar	5,9105	7,9444	1,2833	0,8009	1,1231	1,4483	0,8500
Hertz	0,8536	1,1835	1,5714	1,3973	2,0393	2,3815	1,8049
Media	0,6420	0,6062	0,5259	0,6132	0,5298	0,5147	0,5677

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Gráfico 5. Evolución de la Prueba Ácida respecto a la media del sector

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

A continuación, nos focalizamos en el estudio de la solvencia de la empresa en el largo plazo, es decir, en un período superior a su ciclo de explotación, siendo en el caso de Atesa de un año fiscal. Este análisis se centra en los ratios de garantía, acompañado del de consistencia, y el de endeudamiento.

Respecto al ratio de garantía, éste permite medir los activos de la empresa respecto a sus pasivos, de forma que se puede comprobar si estos son superiores o por el contrario, son menores, lo cual significaría que la empresa está en quiebra técnica ya que ejecutando todos sus activos no podría hacer frente a sus deudas y tendría que liquidar también sus fondos propios. Mientras sea mayor que a unidad la empresa no tendría problemas de solvencia en el largo plazo y es interesante que su valor sea lo mayor posible, lo que indicaría que la empresa es capaz de financiarse a través de sus capitales propios y si estos tienen un coste menor que la financiación ajena, la empresa estaría en una situación muy beneficiosa para sus intereses. También se cotejan los datos con el ratio de consistencia, en el que se observa la deuda en el largo plazo respecto de los activos en el largo plazo. (Rodríguez Sandiás, 2014)

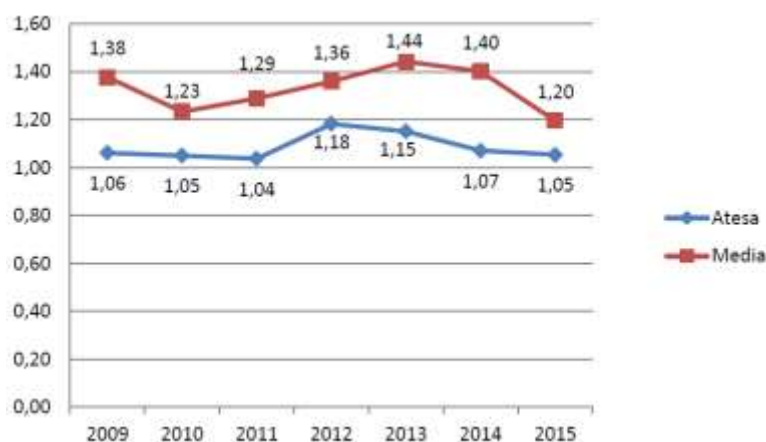
La empresa siempre ha presentado un valor cercano a la unidad y por encima de ella, lo que indica que no está en quiebra técnica, pero el bajo valor presentado, especialmente los primeros años, indica que la empresa recurre a la deuda como principal fuente de

financiación, siendo los recursos ajenos una ínfima parte de las cuentas de la empresa. Desde 2009 hasta 2011 presenta una tendencia decreciente. En el año 2012, cuando es absorbida por Enterprise, el ratio alcanza el valor más alto del período de 1,1825. Esto es debido principalmente a que en ese ejercicio los Fondos Propios crecen un 451,74% mientras que los activos lo hacen en un 27,35% y los pasivos en 11,67%. A partir de ese incremento inicial, en años posteriores la reducción de sus fondos propios en mayor porcentaje que sus activos sus pasivos hacen que vuelva a aumentar el ratio, tendencia que también se observa en el conjunto del sector. La empresa nunca se sitúa por debajo de la unidad, pero su ratio de consistencia es muy elevado y es debido a que se financia con deuda en el corto plazo. En el largo plazo es solvente debido a su gran cantidad de activos fijos con los que garantizar el pago de las deudas, pero prácticamente la totalidad de estas son el corto plazo, siendo las del largo y los fondos propios una forma de residual de financiar sus operaciones. El Ratio de Garantía se puede ver en comparación con otras empresas del sector y con la media en la Tabla 6 así como la evolución del de Atesa respecto a la media en el Gráfico 6.

Tabla 6. Comparación del Ratio de Garantía entre empresas del sector

Ratio de Garantía							
Año	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Atesa	1,0534	1,0703	1,1512	1,1825	1,0369	1,0495	1,0612
Northgate	1,9856	1,8525	1,8863	1,9294	1,6985	1,5089	1,3175
Goldcar	1,3410	1,3006	1,9350	1,6231	1,9554	2,2440	1,6066
Hertz	1,1156	1,0364	1,0204	1,0488	1,0314	1,1651	1,1258
Media	1,1954	1,4020	1,4421	1,3589	1,2884	1,2330	1,3768

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Gráfico 6. Evolución del Ratio de Garantía respecto a la media del sector

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

El ratio de endeudamiento indica la relación entre el pasivo y los fondos propios de la empresa. El resultado indica por cada unidad monetaria dedicada al fondo propio, cuantas hay de pasivos. (Rodríguez Sandiás, 2014). La empresa presenta un ratio de endeudamiento muy elevado ya que los fondos propios representan tan solo el 5,77% en 2009 del total de las cuentas de pasivo y patrimonio neto, disminuyendo en los años posteriores hasta 2012 cuando aumenta notablemente para volver a bajar en los años siguientes. Entre 2009 y 2011 presenta una tendencia creciente, teniendo el máximo del período en 2011 de 27,07. En 2012 el ratio baja notablemente gracias a la entrada de Enterprise, hasta situarse en 5,48 euros de pasivo por cada euro en fondos propios, siendo 5,45 euros de pasivo corriente y 0,03 de fijo. Es el año que más se acerca a la media del sector propiciado por el aumento considerable de los fondos propios que aumentan un 451,74%, representando el 15,44% del total de la financiación de la empresa. Los pasivos corrientes aumentan y los fijos se reducen, por lo que la deuda de la empresa representa menos respecto a sus fondos propios, un 84,56%. El problema vuelve a radicar en el aumento de la deuda en el corto plazo que hace que represente del total de la deuda de un 99,42%. En 2013 el ratio vuelve a crecer hasta situarse en 6,61 euros de pasivo por cada euro de fondos propios, de los que 6,59 son en el corto plazo y tan solo 0,02 son de largo plazo. En este año la empresa ve reducidos sus fondos propios, su deuda fija y corriente. Aunque la empresa logra reducir sus deudas, la reducción de los fondos propios hace que el ratio vuelva a subir. En este ejercicio del total de las deudas que ya son el 86,87% del total de la financiación de la

empresa y las corrientes ya representan el 99,63% del total de las deudas. En 2014 y 2015 sigue aumentando de forma notable motiva principalmente por la reducción de los fondos propios y de los pasivos fijos, así como el aumento de los pasivos corrientes. En 2015 ya supera los valores alcanzados en 2009. El Ratio de Endeudamiento se puede ver en comparación con otras empresas del sector y con la media en la Tabla 7 así como la evolución del de Atesa respecto a la media en Gráfico 7.

Tabla 7 Comparación del Ratio de Endeudamiento entre empresas del sector

Ratio de Endeudamiento							
Año	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Atesa	18,7410	14,2180	6,6143	5,4787	27,0686	20,1887	16,3411
Northgate	1,0147	1,1730	1,1283	1,0760	1,4317	1,9651	3,1499
Goldcar	2,9326	3,3269	1,0696	1,6048	1,0467	0,8039	1,6484
Hertz	8,6526	27,5024	49,1281	20,4795	31,8887	6,0555	7,9521
Media	5,1176	2,4875	2,2620	2,7863	3,4668	4,2918	2,6543

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Gráfico 7. Evolución del Ratio de Endeudamiento respecto a la media del sector



Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

2.3. Valoración de la compraventa de ATESA

En este apartado se valora la compra de Atesa por parte de Enterprise. Lo primero es determinar el valor de la empresa, lo que se hará a través de tres vías:

activos, patrimonio neto y flujos libres de caja.

El valor sustancial es la inversión que hay que realizar para crear y poner en funcionamiento una empresa equivalente a Atesa. (Piñeiro Sánchez y de Llano Monelos, 2011)

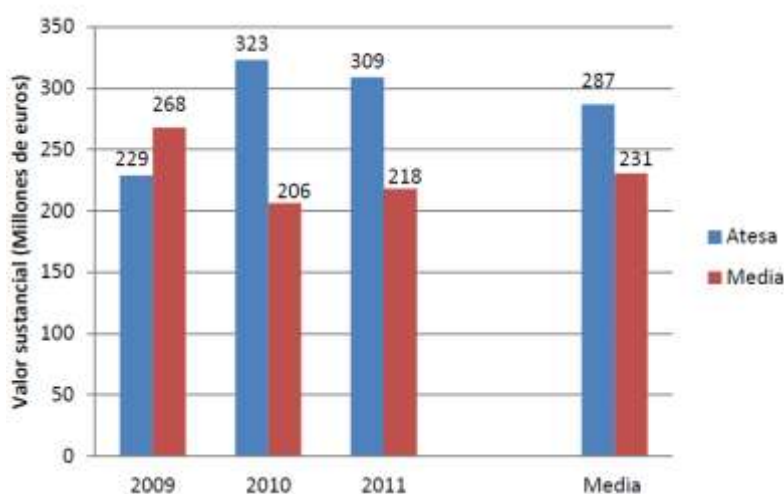
En concreto se analiza el valor sustancial bruto, es decir, el valor de sus activos y se realiza una media de los ejercicios anteriores para poder apreciar cual sería dicho valor. Como se aprecia en las ilustraciones 33 y 34, la empresa presenta en 2009 un valor un 14,54% inferior la media del sector, que aumenta un 41,06% en el ejercicio siguiente, para superar el valor medio de los activos del sector en un 56,46%. Ya en el año anterior a la compra, su valor total desciende un 4,31%, pero aún así sigue siendo un 41,77% superior al valor medio del sector. La media de estos tres años es de 286,925 millones de euros, un 24,36% superior a la media del sector en esos 3 años.

Tabla 8. Valor sustancial de Atesa y de la media del sector (en miles de euros)

Valor sustancial				
Año	2009	2010	2011	Media
Atesa	228.902	322.894	308.978	286.925
Media	267.841	206.373	217.940	230.718

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Gráfico 8. Comparación del valor sustancial con la media del sector



Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

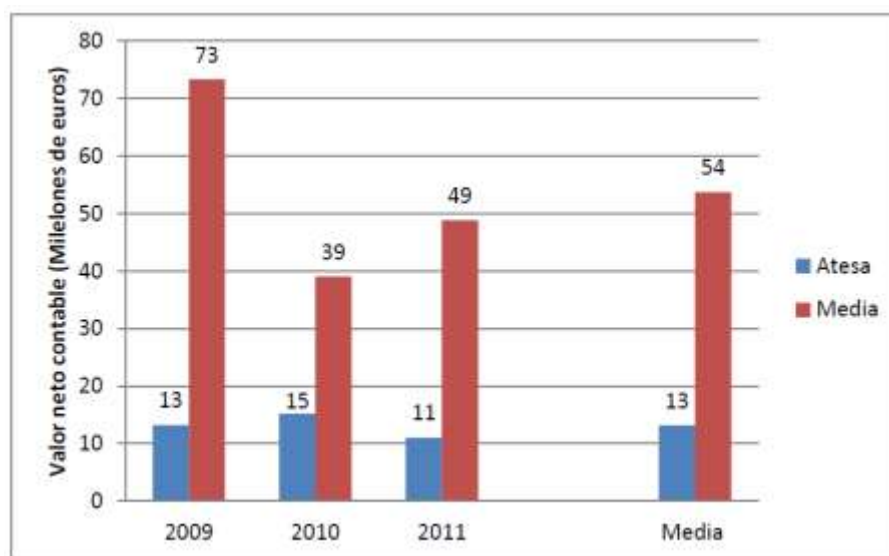
El valor neto contable es la diferencia entre los activos y pasivos. Es una medida de valor parcial ya que es estática y es sensible a criterios de amortización, aprovisionamiento y obsolescencia técnica. También omite otros factores extracontables como los recursos humanos o ciertos activos intangibles y el riesgo al que está sometida la empresa. (Piñeiro Sánchez y de Llano Monelos, 2011)

Atesa presenta en 2009 un valor un 81,99% inferior la media del sector. En 2010, aumenta en un 15,44% y a su vez la media del sector desciende un 46,79%. En 2011, año anterior a la compra, el valor neto contable de Atesa se reduce un 27,76% mientras que el de la media del sector crece un 25,11%. En este año, la empresa tiene un valor un 77,44% inferior a la media del sector. La media de los tres años de la empresa, como se aprecia en las ilustraciones 35 y 36, es un 75,51% menor que la media del valor neto contable medio del sector. Es notable la diferencia respecto a la valoración sustancial, ya que el valor neto contable es 21,82 veces superior. Esto viene producido ya que la empresa tiene una gran cantidad de activos pero en su mayoría están financiados por recursos ajenos, un 84,56%. De toda esta deuda, el 99,42% es deuda en el corto plazo. El bajo nivel de recursos propios comparado con otras empresas del sector hace que por activos sea mayor que el valor de la media pero sin embargo, si se mide su valor por recursos propios, la empresa presenta un valor un 75,71% inferior a la media.

Tabla 9. Valor neto contable de Atesa y de la media del sector (en miles de euros)

Valor neto contable				
Año	2011	2010	2009	Media
Atesa	11.008	15.239	13.200	13.149
Media	48.791	38.999	73.296	53.695

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Gráfico 9. Comparación del valor neto contable con la media del sector

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

La valoración basada en flujos de caja, que son independientes de criterios contables, ofrece una imagen más real que las valoraciones basadas en dividendos o beneficios que sí que están sujetos a criterios contables como las amortizaciones o aprovisionamiento. Se busca así valorar a la empresa por su capacidad de generar liquidez. (Piñeiro Sánchez y de Llano Monelos, 2011).

En este caso se considera que los flujos obtenidos son rentas perpetuas. Se ha calculado la media de los flujos de caja entre 2009 y 2011, siendo estos de 25,01 millones de euros. Se considera esta cantidad como los flujos de caja futuro que recibirá la empresa cada año. Después se ha calculado el coste de los fondos propios, utilizando la beta de Hertz, que es de 2,23. El coste de los recursos ajenos se ha calculado mediante la media del coste del pasivo exigible durante ese mismo período, siendo de 1,21%. La rentabilidad media del mercado, se sitúa entre el 6% y el 7%, por lo que el coste de la financiación propia se considerará entre 5% y 9%. El coste de la financiación libre de riesgo se situará entre el 0% y el 2,4%. La empresa obtiene su financiación a través de recursos ajenos principalmente, siendo la media de estos entre 2009 y 2011 de un 95,32% del total de la financiación, siendo el 4,68% restante de fondos propios. El coste de capital medio ponderado se sitúa entre 2,09% y 1,53%. Por todo lo anterior, el mayor valor de la empresa sería con un coste de los recursos propios del 5% y del 0% en cuanto a la financiación ajena, donde el valor alcanzaría los 1.630,94 millones de

euros. El más bajo por el contrario sería con un coste de los recursos ajenos del 2,4% y de los propios del 9%, siendo de 1.196,98 millones de euros.

Tabla 10. Valoración mediante los flujos de caja con los máximos y mínimos costes de la financiación ajena y propia, considerando una renta perpetua

Valoración basada en flujos de caja (Millones de euros)		RM	
		5%	9%
RF	0%	1.630,94	1.281,79
	2,4%	1.496,08	1.196,98

Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Mediante este método, la empresa obtiene el mayor valor pero hay que tener en cuenta que es porque se considera los flujos de caja como estables y perpetuos, por lo que cualquier cambio a la baja en estos aspectos le podría afectar notablemente. Por otra parte, se considera que los costes de la deuda y de capital se mantienen estables entre ciertos valores, pero cualquier cambio en estos, y especialmente en los de la deuda ajena por el gran volumen de los pasivos de la empresa, podría repercutir seriamente en esta valoración.

3. Conclusiones

Atesa es una empresa fuertemente endeudada en el corto plazo, representando estas deudas el 90% aproximadamente de su forma de financiarse. Esto es un riesgo ya que cualquier aumento en el coste de la deuda dispararía sus gastos financieros, influyendo de forma directa en sus resultados que ya de por sí son bajos, siendo a partir de 2013 negativos. La empresa no es solvente en el corto plazo ya que tiene unas deudas muy superiores a sus activos lo que hace que recurra de forma constante a nuevas formas de financiación para poder cubrir todos los gastos asociados a su corto plazo. Los tres ratios analizados demuestran que la empresa no solo no es solvente en el corto plazo en general, si no que dentro del sector siempre se encuentra muy alejada de la media. Destaca el hecho que más del 98% de los pasivos en el corto plazo se califican como otros pasivos líquidos, que por lo general son deudas

asociadas a los vehículos que son activo fijo. Esta empresa obtiene muchos de sus vehículos con compromisos por parte del proveedor de recomprarlo bajo unas condiciones estrictas como pueden ser un kilometraje determinado o un tiempo de permanencia en la empresa, que de incumplirse conllevan un perjuicio económico importante para la empresa. Aquí la empresa tiene un gran riesgo ya que puede liquidar su pasivo con el propio activo que lo ha generado, pero si no cumple las condiciones puede que el valor no sea suficiente para cubrir la deuda o que incluso el proveedor no ejerza el derecho de recompra, por lo que la empresa debería de liquidar por su cuenta el activo para obtener la liquidez para hacer frente a las deudas asociadas al mismo. Los vehículos son activos fijos que financia con deuda en el corto ya que por lo general los vehículos no suelen estar más de un ejercicio en el activo de la empresa ya que la renovación de la flota es algo constante tanto en la empresa como en el sector. En el largo plazo la empresa es solvente ya que el valor de sus activos es suficiente para cubrir las deudas que tiene y el ratio de garantía nunca es inferior a la unidad por lo que la empresa no se encuentra en una situación de quiebra

técnica, pero si tiene un valor inferior a la media. Lo mismo ocurre con su ratio de endeudamiento, que se encuentra muy por encima de la media del sector, pero aún así desde la entrada de Enterprise la empresa lo reduce drásticamente y aunque en años posteriores vuelve a crecer se sitúa en valores próximos a 2009. La rentabilidad de la empresa es muy baja y muy inferior a la media del sector. Esto empeora drásticamente en 2013, donde el margen negativo hace que la empresa incurra en pérdidas. No solo la caída de las ventas, sino que el aumento de la deuda y los gastos asociados a la misma hacen que la empresa este en una situación de resultados negativos que aunque en 2014 se agrava, llegando a duplicar las pérdidas, en 2015 es capaz de reducir estas pérdidas por lo que debe seguir en esta línea y conseguir de nuevo un margen positivo y aumentar su rentabilidad.

La entrada de Enterprise, una empresa que conoce el sector a la perfección, siendo el líder mundial en beneficios, flota y número de empleados, es un factor clave para el futuro de la empresa que antes había sido propiedad de PSA, un grupo cuya principal actividad es la fabricación de vehículos. El motivo principal de la compra de Atesa por parte de Enterprise ha sido adquirir una empresa ya localizada y asentada en el mercado español, realmente ha comprado activos como oficinas, licencias y concesiones como la de los aeropuertos o las de las estaciones de tren. También la adquisición le permite recuperar a la marca National, que en España operaba a través de Atesa ya le

posiciona en el mercado español a través de una empresa con más de 50 años de experiencia en el sector, con trabajadores que conocen el sector y clientes que confían en la empresa. No ha sido una adquisición con una intención de rentabilizarla en el corto plazo, sino que lo que se ha hecho ha sido una inversión para el futuro, para poder asentarse en el mercado español como parte de la política expansiva que ha llevado a cabo la empresa desde los años 90. Es una inversión de futuro y una forma de penetrar en un mercado y sector complejo de entrar por las fuertes barreras de entrada como la inversión inicial o la dificultad de posicionamiento tanto estratégico como geográfico, ya que para acceder a los aeropuertos y estaciones de tren es necesario hacerlo a través de concursos públicos. La delicada situación económica de Atesa, que en caso de tener que liquidar la empresa sería aún más grave por el coste de los despidos y de las sanciones por no cumplir los convenios con aeropuertos y estaciones de trenes, ha hecho que la operación sirva para sanear las cuentas de Atesa y que no tenga que liquidarse en el medio o largo plazo y que Enterprise consiga penetrar en un mercado de difícil acceso a través de la fórmula utilizada en otros países de adquirir empresas ya existentes.

4. Bibliografía

Enterprise Holdings, Inc. (2016). *Acerca de nosotros: Enterprise Holdings, Inc.* Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de Sitio Web de Enterprise Holdings, Inc.:

www.enterprise.es

Enterprise Holdings, Inc. (2016). *Acerca de nosotros: Enterprise Holdings, Inc.* Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de Sitio Web de Enterprise Holdings, Inc.:

www.enterpriseholdings.com

International Directory of Company Histories. (s.f.). *Enterprise Rent-A-Car Company.*

Recuperado el 15 de Mayo de 2017, de Sitio Web de Encyclopedia:

<http://www.encyclopedia.com/books/politics-and-business-magazines/enterprise-rent-car-company>

Invertia. (s.f.). *Invertia.* Recuperado el 5 de Junio de 2017, de <https://www.invertia.com/es/portada>

Kazanjian, K. (2013). *Driving Loyalty.* Nueva York: Crown Business.

Moreno Barberá von Hartestein, F. (2011). *La empresa pública turística como impulsora de la economía municipal, en el cuarto de de siglo del desarrollo español:*

los casos del Hostal de los Reyes Católicos de Santiago de Compostela y del Hostal de San Marcos de León. Valencia: Universidad Cardenal Herrera - CEU.

Piñeiro Sánchez, C., y de Llano Monelos, P. (2011). *Finanzas empresariales. Teoría y modelos con hoja de cálculo.* Santiago de Compostela: Andavira Editora.

Rodríguez Sandiás, A. (2014). *Estrategias de Planificación financiera aplicada.* Santiago de Compostela: Andavira Editora.

World Bank Group. (s.f.). Recuperado el 3 de Mayo de 2017, de World Bank: <http://www.worldbank.org/>

Yahoo. (s.f.). *Yahoo Finanzas.* Recuperado el 5 de Junio de 2017, de <https://es.finance.yahoo.com/>

ESTRATEGIA Y RENTABILIDAD EN EL SECTOR DE ALQUILER DE VEHÍCULOS

Eric Pita Sánchez
Universidade da Coruña

Rubén Lado Sestayo
Universidade da Coruña

Resumen: el sector de empresas de alquiler de vehículos de motor ofrece una gran variedad de servicios, ya que las empresas pueden alquilar turismos, furgonetas, camiones ligeros e incluso motocicletas. Además, algunas empresas ofrecen el servicio de alquiler con chofer por lo que es un sector más dinámico de lo que puede intuirse en un primer momento. De este modo, este trabajo realiza una evaluación de este sector analizando su estrategia y rentabilidad tanto de forma general como, específicamente, a través de la empresa española Atesa.

Palabras clave: alquiler de vehículos, turismo, rentabilidad.

1. El sector de alquiler de vehículos

El sector de empresas de alquiler de vehículos de motor permite alquilar turismos, furgonetas, camiones ligeros e incluso motocicletas. Además, puede incluir el servicio de alquiler con chofer. Por lo general, las empresas ubican sus oficinas en los principales aeropuertos y las estaciones de tren, así como en puntos céntricos de las ciudades llegando a tener más de una oficina por ciudad. Algunas empresas solo se localizan en centros turísticos y alquilan solo automóviles mientras que otras a parte de esa estrategia también se localizan en ciudades menos turísticas buscando un cliente de empresa que busque una flota para sus empleados así como una flota de vehículos industriales para realizar sus trabajos. Por lo general los clientes se encuadran en tres categorías:

- A) Particulares que por necesidad necesitan un vehículo de alquiler,
- B) Empresas que lo necesitan bien para sus empleados bien para realizar sus trabajos y
- C) Turistas.

El sector contaba en 2016 con un total de 4.748 empresas, cuya distribución por comunidad autónoma se observa en la tabla 1.

Tabla 1 Empresas por CCAA en 2016

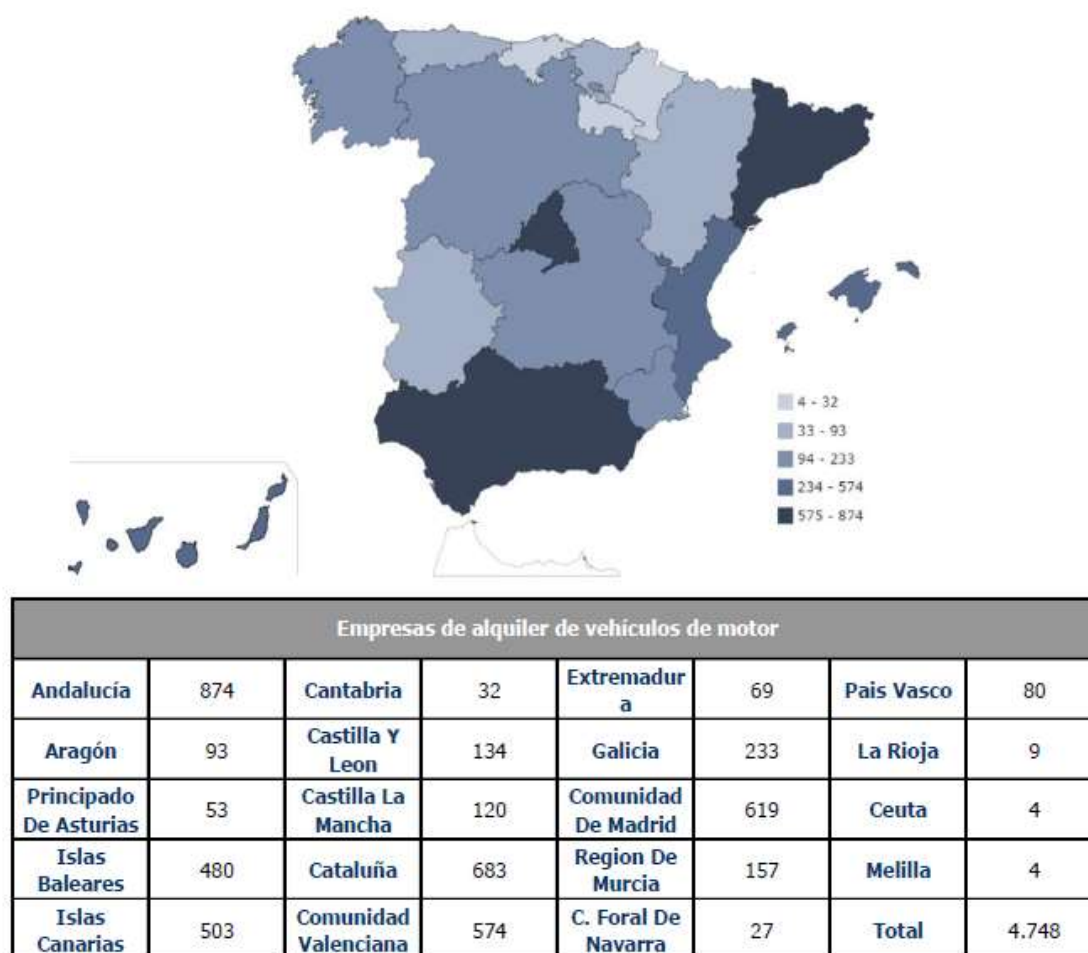
<i>Empresas de alquiler de vehículos de motor</i>	
Total	4.748
Andalucía	874
Aragón	93
Principado De Asturias	53
Islas Baleares	480
Islas Canarias	503
Cantabria	32
Castilla Y Leon	134
Castilla La Mancha	120
Cataluña	683
Comunidad Valenciana	574
Extremadura	69
Galicia	233
Comunidad De Madrid	619
Region De Murcia	157
C. Foral De Navarra	27
Pais Vasco	80
La Rioja	9
Ceuta	4
Melilla	4

Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE

En el ejercicio anterior, 2015, sus empresas tenían un total de 6.323 empleados, 6.442.976 miles de euros de activo total y unos ingresos estimados de explotación de 2.713.557 miles de euros. (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos). En el siguiente

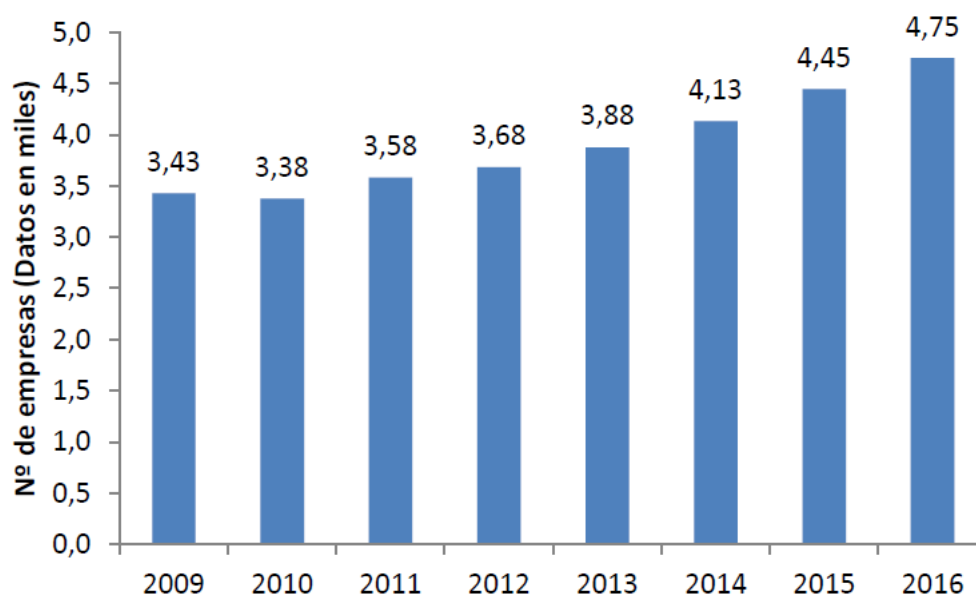
mapa podemos observar la concentración de empresas en las distintas comunidades autónomas (Ilustración 1).

Ilustración 1. Distribución por CCAA



Fuente: INE

En el gráfico 2, los datos muestran que en el período 2009-2016 el número de empresas no ha dejado de crecer. Así, parece indicarse que es un sector en el que la competitividad es cada vez mayor lo que ha redundado en una bajada de precios y en una búsqueda de establecer acuerdos comerciales que permitan a las empresas seguir creciendo, a pesar de hacerlo a un ritmo más lento ya que la rentabilidad cada vez es menor por cada unidad productiva. El modelo de negocio también ha cambiado ganando cada vez más peso la parte de renting y de venta de los vehículos tras su paso por la empresa. En este sentido, es necesario señalar que en el sector. Así, el coste de utilización del vehículo y la inversión necesaria se reducen, siendo esta actividad de uso del vehículo en los primeros años de su vida útil, y no la adquisición en firme de vehículos para el modelo de negocio actual, muy diferente respecto a lo que era hace 10 o 20 años. Por tanto, el estado de los vehículos para poder cumplir la opción de devolución es un factor relevante.

Gráfico 2. Evolución del número de empresas en España

Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE

2. Análisis PEST

A continuación, en este apartado se realizará un análisis PEST, consistente en analizar el los factores políticos, económicos, sociológicos y tecnológicos del entorno que afectan al sector del alquiler de vehículos en España.

Factores Políticos

En este apartado serán analizados los factores políticos que afectan al sector, desde leyes y regulaciones hasta subvenciones o ayudas de distinto tipo que puedan afectar al sector del alquiler de vehículos a motor.

Para comenzar destacamos la política de renovación de vehículos, encuadrados dentro de los Planes Renove puestos en marcha a través del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) y las distintas Comunidades Autónomas. Con ellos se busca beneficiar a cualquiera entidad o particular que desee renovar su turismo o vehículo ligero comercial con un incentivo económico que desde el 29 de julio de 2013, a través de la tercera convocatoria del Plan PIVE (PIVE-3), otorga una ayuda de mínimo 2.000 euros a quienes compren un vehículo nuevo. El precio de venta del vehículo comprado, sin IVA, no podrá superar los 25.000 euros y se deberá entregar en un C.A.T. y dar de baja definitiva en la DGT un turismo con más de 10 años de antigüedad o un comercial ligero con 7 años o más desde la fecha de su primera matriculación. Dichas subvenciones a la compra de vehículos eficientes estuvieron disponibles a partir del día 29 de julio de 2013 y hasta el 29 de julio de 2014. (Real Decreto 380/2015, de 14 de mayo, 2015)

Otro impulso importante para la compra de vehículos está relacionado con los vehículos eléctricos, siendo el último el Plan MOVELE 2015, mediante el cual se buscaba aumentar la compra de este tipo de vehículos. Este plan contaba con un total de 7

millones de euros, con un máximo de 5.500 euros por cada compra y los vehículos debían de tener una autonomía superior a 90 kilómetros y no podrá tener un precio base sin impuestos superior a 40.000 euros. Esta ayuda no es compatible con el Plan PIVE pero si con las que ofrecen las Comunidades Autónomas. (Real Decreto 287/2015, de 17 de abril, 2015)

Tanto el plan MOVELE como el plan Renove son una oportunidad interesante para las empresas del sector para renovar su flota, siempre y cuando cumplan determinadas condiciones especificadas en cada legislación. Esto es una oportunidad interesante para que puedan renovar sus activos y modernizarse, lo que es una gran oportunidad para aumentar su competitividad y que empresas más modestas tengan a su alcance vehículos nuevos a un precio más económico.

En el aspecto laboral, el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, es la ley más importante en cuanto a materia laboral en el ámbito nacional. España tiene un salario mínimo interprofesional actualmente de 707,60 euros. (Real Decreto 742/2016, de 30 de diciembre, 2016)

Esta ley afecta a todas las empresas por igual, independientemente de su sector. Sin embargo, en el sector de alquiler de vehículos tiene diversos convenios colectivos regulando dicho salario en función del puesto y de la categoría del trabajador y el desempleo así como otros aspectos importantes de la Seguridad Social son regulados en el Real Decreto Legislativo 8/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social.

En empresas que manejan datos de clientes, la protección de los mismos viene regulada por Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. Esto es muy importante ya que estas empresas manejan datos identificativos relativos a Documento Nacional de Identidad, así como permisos de conducir e información bancaria de diversos clientes. Es un aspecto crítico ya que el incumplimiento de estas leyes conlleva importantes sanciones económicas e incumplirlas es más fácil de lo que puede parecer cuando se manejan tantos datos y se desconoce la ley al detalle. (Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, 1999)

El Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, que afecta a todas las empresas y en este caso es importante ya que en el sector se trabaja mucho con la ocupación completa, lo que puede hacer que ante cualquier imprevisto no se pueda dar un servicio adecuado a los clientes y estos hagan valer sus derechos, reflejados en esta ley.

Factores Económico

En este apartado se analizarán cinco variables y su evolución desde 2009 hasta la actualidad. Dichas variables son el Índice de Precios de Consumo, los tipos de interés bancario generales, el Producto Interior Bruto, el precio del barril Brent y los tipos de cambio euro con el dólar y la libra esterlina. También se analiza el tema impositivo de los tres principales a los que está sometido cualquier actividad económica que son el impuesto de Sociedades, el Impuesto sobre el Valor Añadido y el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

Se detalla a continuación los tres principales impuestos a los que está sujeta cualquier actividad económica: el Impuesto sobre el Valor Añadido, el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y el Impuesto de Sociedades. En todos estos impuestos existen

bienes y servicios no sujetos, así como otros exentos y también existen diversas deducciones y reducciones, pero aquí solo se mostrarán los tipos impositivos así como una breve explicación del hecho imponible.

En el caso del Impuesto sobre el Valor Añadido, la empresa se lo repercute a sus clientes finales, pero no siempre es posible ya que ciertos gastos como la compra de vehículos material de oficina, así como equipamiento y programas informáticos son soportados por la empresa de forma directa, ya que ella es el consumidor final. El tipo impositivo que afecta al sector es del 21% ya que no cumple las características para encuadrarse en el grupo del 4% o del 10%. Cabe destacar que en las Islas Canarias el impuesto que se aplica para el mismo hecho imponible, el Impuesto General Indirecto Canario es de un 7% en lo relativo al sector, por lo que las empresas cuya sede este en la comunidad canaria, una gran receptora de turismo dentro de España, tienen una ventaja competitiva frente al resto del territorio nacional. (Ley 20/1991, de 7 de junio, 1991) (Ley 37/1992, de 28 de diciembre, 1992)

En cuanto a las obligaciones fiscales de las personas físicas, el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas es el impuesto que han de liquidar cada año en función de los resultados obtenidos en el ejercicio. Es interesante ya que a pesar de que muchas empresas son grandes multinacionales, siguen existiendo pequeñas empresas que pueden estar organizadas como persona física por lo que es un impuesto que aunque no afecte al grueso de las empresas, si que puede afectar a algunas de ellas, en especial a las pequeñas empresas locales.

Tabla 2 IRPF y sus tramos

<u>Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas:</u> “Graba la renta del contribuyente, entendida como la totalidad de sus rendimientos, ganancias y pérdidas patrimoniales y las imputaciones de renta que se establezcan por la ley, con independencia del lugar donde se hubiesen producido y cualquiera que sea la residencia del pagador.” (Ley 35/2006, de 28 de noviembre, 2006)		
<u>Base Imponible</u>		<u>Retención</u>
Desde	Hasta	
0€	12450€	19%
12450€	20200€	24%
20200€	35200€	30%
35200€	60000€	37%
60000€	-	45%

Fuente: Ley 35/2006, de 28 de noviembre, 2006

El impuesto principal en cuanto a tributación d de las empresas por el resultado de sus ejercicios siempre que sean sociedades es el Impuesto de Sociedades. Este impuesto presentaba un tipo general del 30% que posteriormente fue reducido al 25% por lo que las entidades localizadas en el País Vasco que antes tributaban dos puntos porcentuales por debajo ahora lo hacen tres por encima. Por otro lado, la comunidad canaria tiene un tipo del 4% por lo que otra vez más, las entidades allí residentes tienen una tributación menor que al resto de las entidades españolas. En el caso vasco, ha pasado de tener una ligera ventaja, ya que tributaba una menor parte de sus beneficios y podría reinvertir una mayor cantidad en sus operaciones para aumentar su competitividad, ahora es una desventaja frente al resto de las entidades españolas no canarias.

Tabla 3 IS y sus tipos

<u>Impuesto de Sociedades:</u> “Constituirá el hecho imponible la obtención de renta por el contribuyente, cualquiera que fuese su fuente u origen.” (Ley 27/2014, de 27 de Noviembre, 2014) A continuación se exponen algunos de los sujetos pasivos que contempla la ley y que tienen relación con el sector de alquiler de vehículos a motor sus tipos impositivos	
<u>Sujetos Pasivos</u>	<u>Tipos</u>
Tipo general	25%
Entidades de nueva creación excepto que tributen a un tipo inferior, aplicarán esta escala el primer período con BI positiva y el siguiente	15%
Entidades de la Zona Especial Canaria (Art. 43 Ley 19/1994)	4%
Entidades en el País Vasco	28%

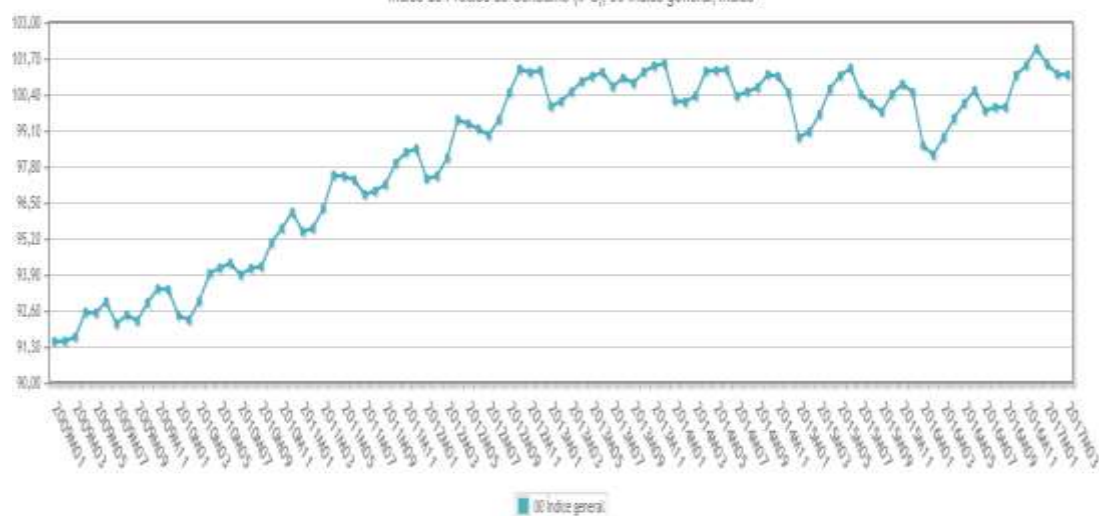
Fuente :Ley 27/2014, de 27 de Noviembre, 2014

El Índice de Precios de Consumo indica que por lo general en España la vida se ha encarecido, lo que choca con la realidad del sector, donde los precios se han ido reduciendo por la fuerte competitividad. Esto en principio es una desventaja ya que el aumento de determinados productos básicos reduce la renta del consumidor pero hace que la sobrante la pueda dedicar a un servicio antaño exclusivo que ahora está al alcance de más consumidores, lo que puede afectar de forma positiva al consumidor al ver que dicho precio no ha aumentado, si no que se ha reducido.

El IPC por lo general ha tenido una tendencia alcista desde enero del año 2009 pasando de un 91,481% a un 101,101% en marzo de 2017. Siendo enero de 2009 el mínimo en este período y siendo diciembre de 2016 el máximo con un 102,049%. (Instituto Nacional de Estadística)

Gráfico 3. IPC y su evolución

Índices nacionales: general y de grupos ECONCOP
Índice de Precios de Consumo (IPC), 00 Índice general, Índice



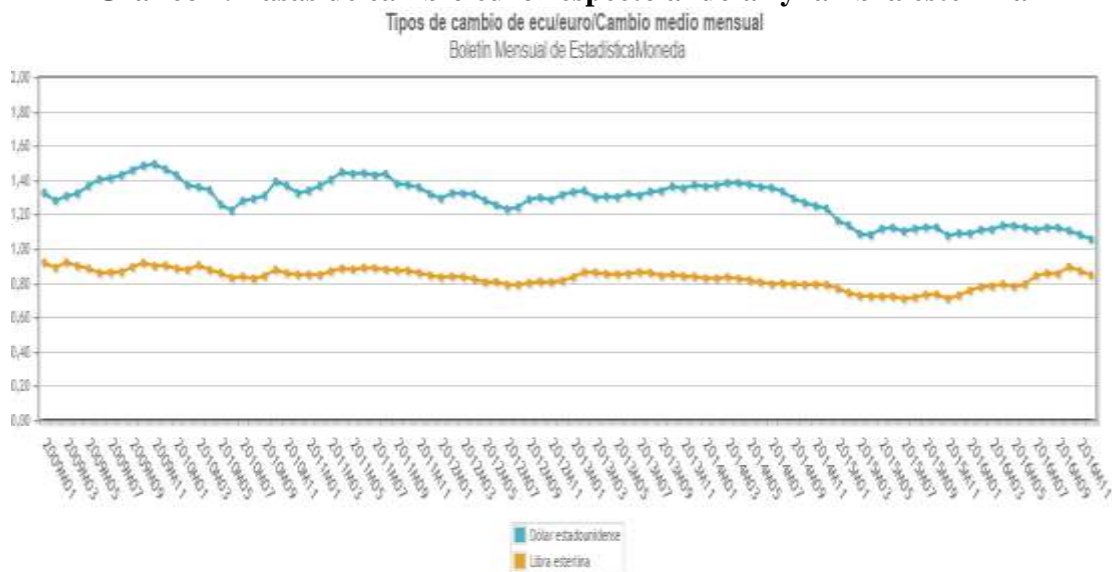
Fuente: INE

El tipo de cambio se mide en moneda extranjera obtenida por cada euro. Son tipos de cambio medios. En este caso es interesante ya que muchas compañías pertenecen a multinacionales cuyas sedes se encuentran en el Reino Unido o en Estados Unidos de América. También es interesante porque muchas empresas tienen entre sus principales consumidores a turistas y muchos de ellos provienen de la eurozona donde la moneda es común y del Reino Unido. Aunque los estadounidenses no son turistas de mucho peso cuantitativo, sí que es interesante ya que allí el alquiler de vehículos es un servicio más demandado y habitual.

El cambio euro/ dólar ha tenido una tendencia a la baja, ya que ha pasado de 1,324 en enero de 2009 a 1,054 en diciembre de 2016. Presenta un máximo en la serie de 1,491 en noviembre de 2009 y un mínimo de 1,054 en diciembre de 2016.

El cambio euro/ libra esterlina tiene una tendencia bastante estable, aunque podría hablarse de una cierta tendencia a la baja en el largo plazo ya que ha pasado de 0,918 en enero de 2009 a 0,844 en diciembre de 2016. Presenta un máximo de 0,920 en marzo de 2009 y un mínimo de 0,707 en julio de 2015. (Instituto Nacional de Estadística).

Gráfico 4. Tasas de cambio euro respecto al dólar y la libra esterlina



Fuente: INE

Los tipos de interés legales del mercado hipotecario y del mercado financiero han tenido una tendencia a la baja dividida en cuatro tramos comenzando con uno del 5,5% desde enero hasta marzo de 2009, siguiendo con uno del 4% entre abril de 2009 y diciembre de 2014, uno del 3,5% entre enero de 2015 y diciembre de 2015 y desde enero de 2016 hasta diciembre del mismo año uno del 3%. Esto es muy interesante para un sector como el de alquiler de vehículos donde la inversión en nuevos activos es constante para renovar su flota por lo que la bajada es una buena oportunidad de financiación para acometer estas renovaciones periódicas así como para otro tipo de inversiones o necesidades que tengan las empresas del sector. (Instituto Nacional de Estadística)

Gráfico 3 Tipo de interés y su evolución



Fuente: INE

El precio del barril Brent repercute de forma directa en el precio de los combustibles lo que afecta al sector de dos formas. La más directa es que para mover su flota entre oficinas es importante reducir los costes y el combustible es uno de ellos. La segunda es que es un bien complementario por lo que su reducción puede redundar en mayor alquiler de vehículos como alternativa a otros medios de transporte, así como el uso del combustible como o compensación para los clientes en caso de deficiencias o problemas con el servicio o recompensa por fidelidad.

Desde 2009 hasta comienzos de 2011 el precio subió hasta quedarse entre sobre los 80 euros por barril, alcanzando en marzo de 2012 el máximo de la serie con un precio de 94,64 euros por barril Brent. Se mantuvo estable en entre 70 y 90 euros por barril hasta que en noviembre de 2014 su cotización baja un 20,43%, pasando de cotizar a 62,9 a 49,11 euros por barril en diciembre del mismo año. Desde entonces, tras experimentar un pequeño repunte, ha seguido cayendo, alcanzando en enero de 2016 el mínimo de la serie, con una cotización de 28,37 euros por barril. Esto hace que desde su máximo hasta el mínimo haya caído un total de 66,27 euros, una caída del 70,02%. (World Bank Group)

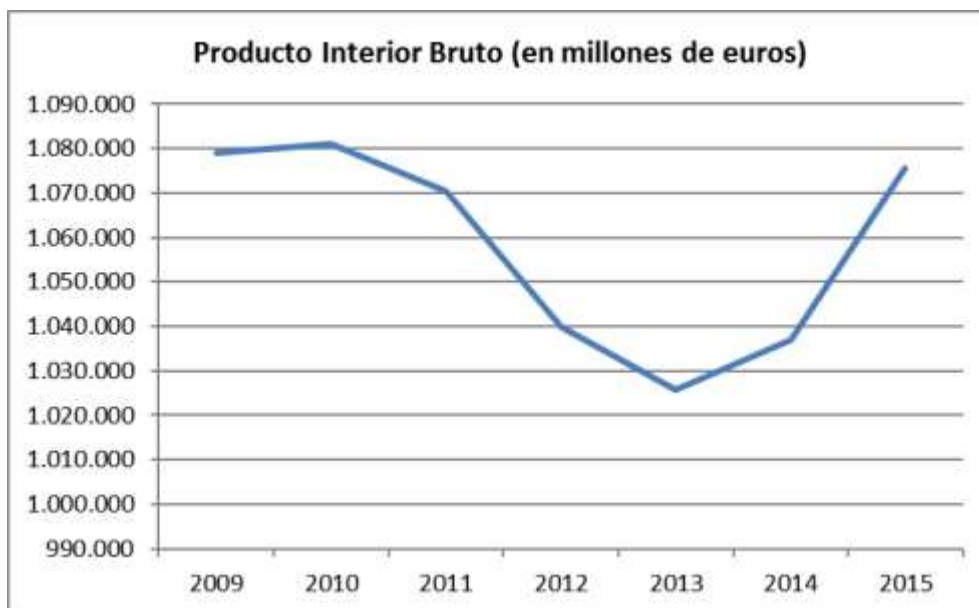
Gráfico 4. Precio del barril Brent



Fuente: Elaboración propia a través de datos del World Bank Group

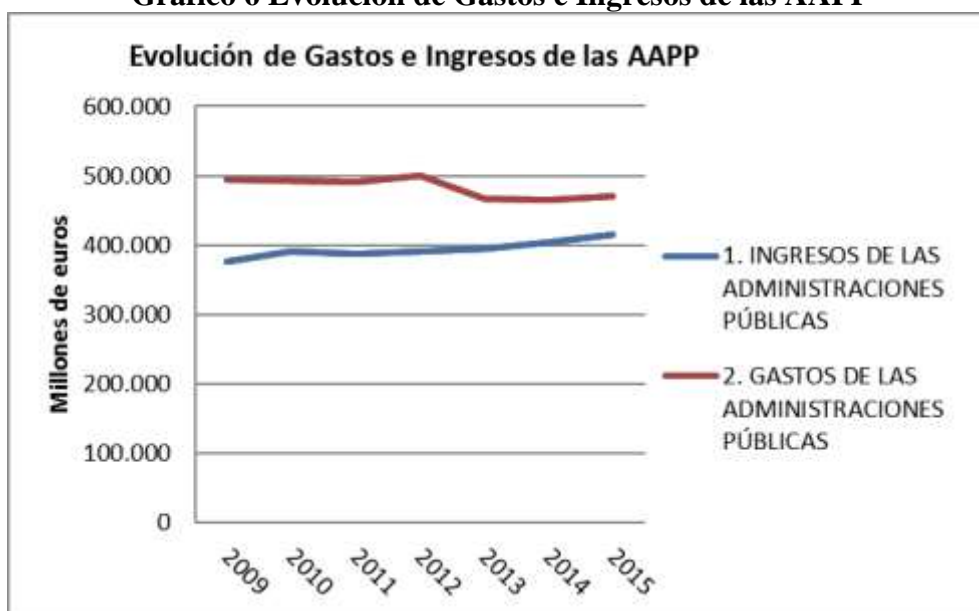
El Producto Interior Bruto en España es un indicador de la economía en general por lo que es interesante analizarlo para cualquier empresa. Desde el año 2010 hasta 2013 ha caído, alcanzando un mínimo de 1.025.634 millones de euros y alcanzando en 2015 un total de 1.075.639 millones de euros, siendo inferior al nivel de 2009 y 2010, año en el que tiene el máximo en este período con un total de 1.080.913 millones de euros. (Instituto Nacional de Estadística)

Gráfico 5. Evolución del PIB



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE

El gasto público ha tenido estos últimos años una tendencia a la baja mientras que los ingresos han conseguido repuntar lentamente, a pesar de esto en el año 2015 había un déficit de 55.163 millones de euros. El último año sin déficit fue 2007 con una capacidad de financiación de 21.620 millones de euros, cayendo bruscamente en 2008 con una necesidad de financiación de 49.385 y llegando a alcanzar en 2009 la necesidad más alta de la historia del país, siendo esta de 118.237 millones de euros. Este es un indicador mediante el cual se puede ver el estado de la tesorería del gobierno, mediante el cual se entienden muchas de las políticas que buscan reducir los gastos o incrementar los ingresos para así poder paliar esta situación negativa en la que el déficit público es parte de la economía nacional desde 2009. Esto repercute de forma directa en la calidad de vida y en la economía de los ciudadanos que son, en definitiva, el consumidor final del producto. (Instituto Nacional de Estadística)

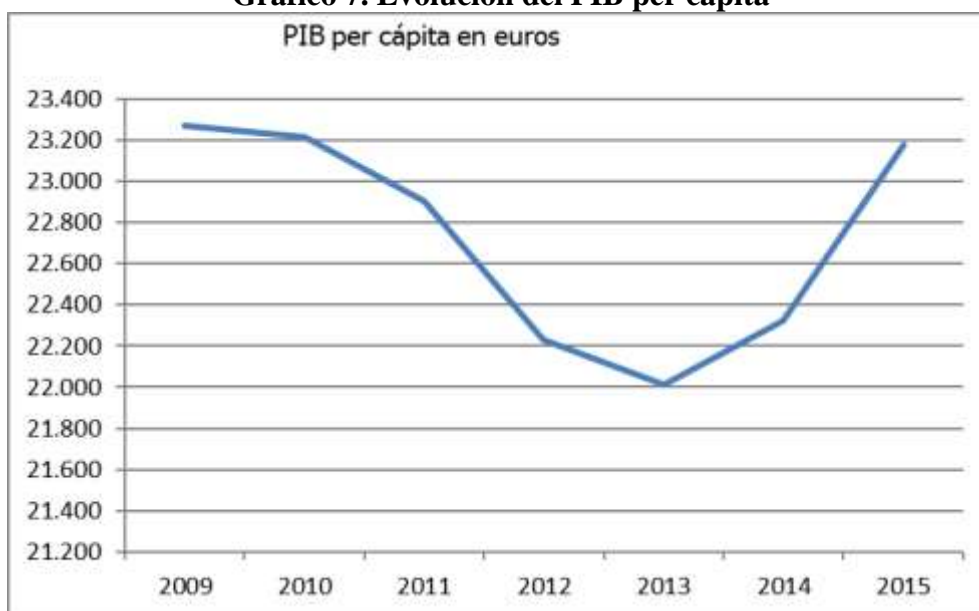
Gráfico 6 Evolución de Gastos e Ingresos de las AAPP

Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE

Factores sociales

España es un país con 46.468.102 de habitantes, siendo 22.813.635 hombres y 23.654.467 mujeres. Además de 4.396.871 extranjeros que residen dentro del territorio español. Es una población avejentada ya que solo un 53,29% es menor de 45 años, siendo el 46,71% restante mayor y siendo la cifra de mayores de 65 años un 18,87% de la población y los menores de 20 años un 19,81%. Su pirámide de población tiene una base muy estrecha, por lo que pierde la forma de pirámide, teniendo un centro muy ancho, con edades comprendidas entre 30 y 55 años como predominantes. Esto puede ser algo tanto negativo como positivo, ya que por lo general la gente joven no suele alquilar vehículos ya que es un servicio relativamente caro y más para los menores de 25 por los seguros, ya que por lo general el alquilar un vehículo siendo menor de 25 incrementa el precio del servicio y tampoco contratan servicios como el GPS o seguros adicionales (upsellings y crosssellings) ya que buscan el ahorro y es gente más segura y aventurera; mientras que la gente de más edad busca la seguridad y tiene tendencia a contratar, seguros y servicios como GPS, ya que no están tan familiarizados con el uso de nuevas tecnologías y se fían más o saben utilizar mejor un navegador por satélite que de la tecnología de un smartphone. (Instituto Nacional de Estadística)

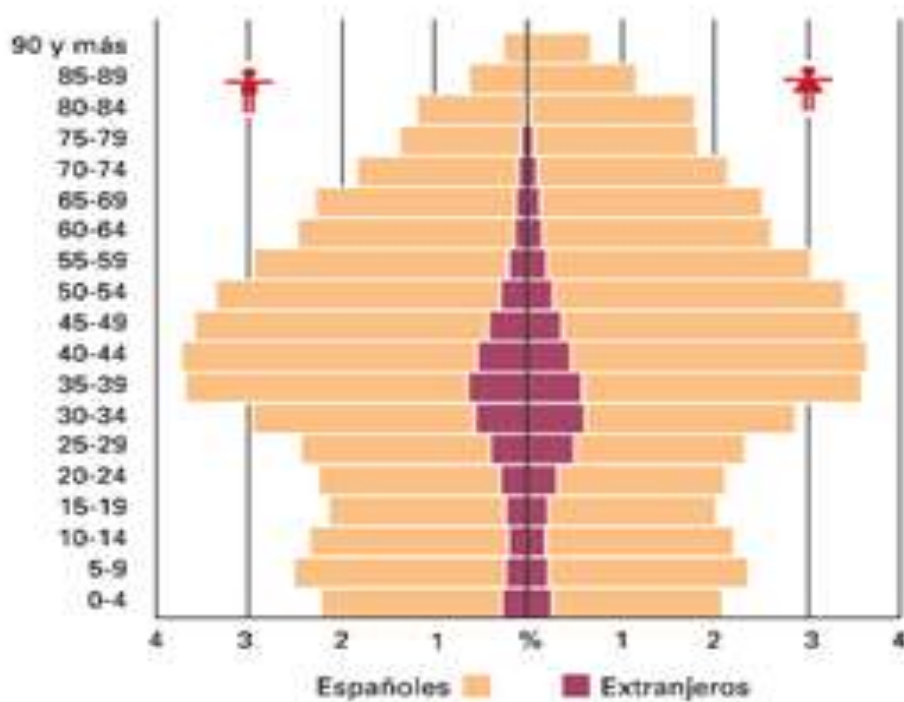
En 2015 el PIB per cápita era de 23.177€, siendo inferior al de 2009 que era de 23.271€. Tras la crisis económica el PIB per cápita cayó desde 2009 hasta 2013 alcanzando el nivel más bajo de 22.013€ y comenzando desde entonces a recuperarse, creciendo un 1,4% en 2014 y un 3,8% en 2015. La caída del PIB junto a la subida del IPC son una nota negativa para cualquier sector ya que reducen la renta disponible del consumidor a través de dos variables. Lo es más aún para este ya que por lo general es un servicio exclusivo para ciertas necesidades o motivaciones y no es de necesidad como otros sectores y por lo general asociado al turismo, que también depende de que el consumidor tenga más renta disponible que pueda dedicar al ocio. (Instituto Nacional de Estadística)

Gráfico 7. Evolución del PIB per cápita

Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE

Gráfico 10. Pirámide de población de España 2015

Pirámide de población de España. A 1 de enero 2015



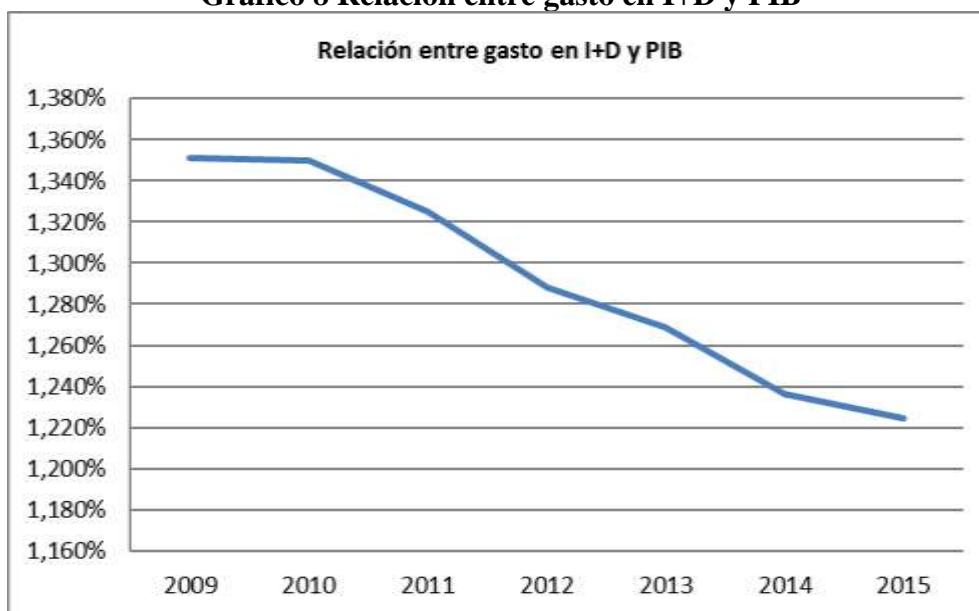
Fuente: INE

Factores tecnológicos

Durante el año 2015 en España se invirtieron un total de 13.171.807.200 de euros en investigación y desarrollo, un 2,74% más que en 2014, acabando con la tendencia a la baja que venía arrastrando desde 2010, año en el que la inversión fue de 14.588.455.300 euros. Las empresas llevan la mayoría del peso de la inversión, en torno al 53% del total de la inversión, seguida por la Enseñanza Superior y las Administraciones Públicas, dejando el último lugar con una representación inferior al 1% a las Instituciones Públicas Sin Fines de Lucro. En 2009 y 2010, su relación con el PIB ha sido estable, pero desde entonces ha caído y a pesar de la inversión ha aumentado en el último año, no lo ha hecho con la misma magnitud que el PIB, por lo que cada vez representa un porcentaje inferior respecto al mismo. En el caso de la administración pública, en el año 2015 la inversión en I+D representa el 0,5355% del gasto total, mientras que en 2009 representaba el 0,5926%, que porcentualmente no parece un gran descenso, pero implica 23.163.000 miles de euros menos invertidos en I+D por parte del Estado. (Instituto Nacional de Estadística)

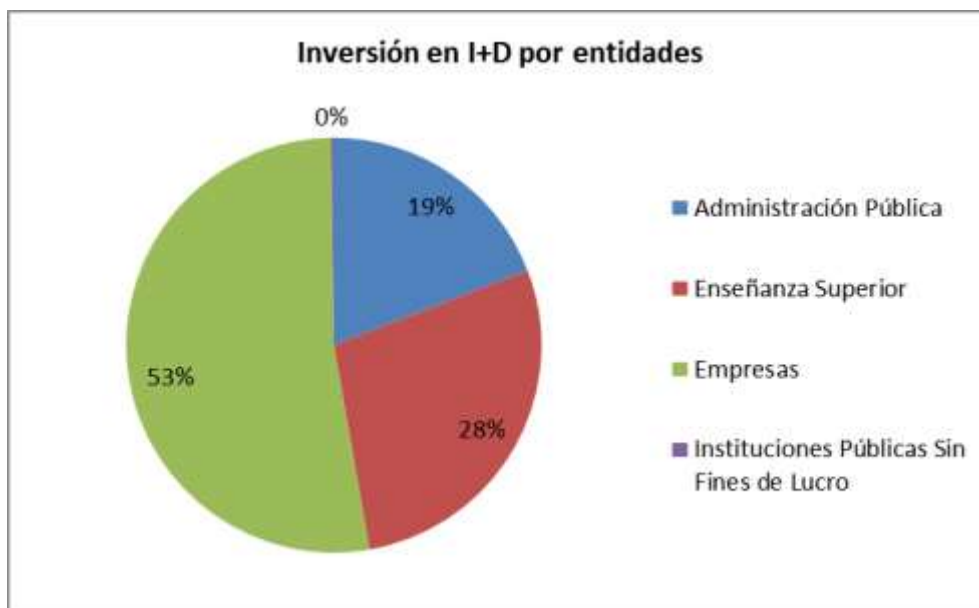
Por esto es importante que las empresas sigan creciendo ya que son el principal inversor en actividades de I+D y en el caso del sector de alquiler de automóviles lo hacen mediante la creación de programas informáticos que ajustan la oferta y la demanda a tiempo real, adaptándose así en cada momento al mercado buscando una ocupación de su flota del 100% mediante la técnica conocida como “revenue managment”. El uso del “big data” es cada vez más importante para conocer a los diversos tipos de cliente y poderse adaptar de forma más dinámica a sus necesidades, lo que requiere un gran esfuerzo por parte de las empresas en servidores y programas para procesar y almacenar toda la información obtenida a través de esta técnica.

Gráfico 8 Relación entre gasto en I+D y PIB



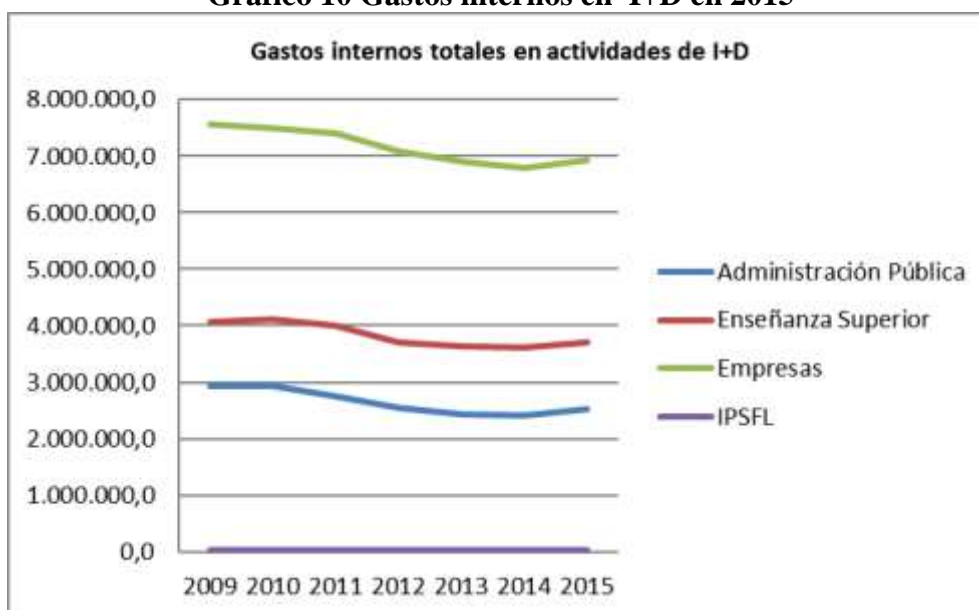
Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE

Gráfico 9. Gastos en I+D por entidad en 2015



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE

Gráfico 10 Gastos internos en I+D en 2015



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE

3. Rentabilidad

Autotransporte Turístico Español S.A. (en adelante, Atesa) se constituye el 2 de noviembre de 1949 pero no entra en funcionamiento debido a las dificultades encontradas para la adquisición del parque móvil y de la creación de servicios complementarios, hasta 1953. La empresa se crea para cubrir la demanda de alquiler de vehículos con y sin chófer y autobuses y de una red de circuitos en autobuses. En la actualidad Atesa es una de las principales compañías de alquiler de vehículos, ocupando

el 11,77% de los empleados totales del sector, el 6,37% de los activos totales del sector y el obteniendo el 5,39% del total de los ingresos producidos por el sector.

En este apartado se analiza la rentabilidad de Atesa, en concreto la rentabilidad de explotación neta. Esta es un cociente entre el resultado de explotación de la misma y los activos fijos netos, es decir, los activos inmovilizados y las necesidades operativas de la empresa. También se analiza en cada año la evolución de la rotación y del margen, ya que la rentabilidad depende de ambos factores.

En el año 2009 la empresa presenta una rentabilidad neta de explotación 0,0152, lo que dista bastante de la media del sector, que se sitúa en 0,5825. En este año la empresa consigue una rotación mayor que la media del sector, un 0,644 frente a 0,5971. Pero el bajo margen de la empresa, un 0,0237 frente a la media del sector que es de 0,9756, lo que significa que esta un 97% por debajo de la misma. Por esto la empresa por más que consiga aumentar su rotación el bajo margen hace que su rentabilidad este lejos de la del sector y en especial de empresas como Goldcar cuya rentabilidad se sitúa por encima de la unidad.

En 2010, la empresa consigue aumentar su rentabilidad un 48%, situándose en 0,0225. En este año la rentabilidad de las empresas del sector aumenta, pero en una medida menor, un 15,63% alcanzando un 0,6736. La empresa se acerca más a la media del sector pero sigue siendo un 96,65% menor. El aumento se debe a que la empresa consigue aumentar su margen un 86,06% a pesar del descenso de la rotación, un 20,45%. Este año el sector solo aumenta su margen en un 0,33% y su rotación un 15,25%. A pesar de que la empresa aumenta proporcionalmente su rentabilidad más que la del sector, se encuentra en un 96,65% por debajo.

En el ejercicio siguiente, 2011, la empresa consigue un ligero aumento en la rentabilidad, situándose en 0,0258, un 14,50% mayor que el año anterior. En el sector sin embargo hay un descenso de un 5,93%. Mientras Atesa consigue aumentar la rotación un 0,11% y el margen un 14,38%, en el sector la media de la rotación cae un -5,28% mientras que la del margen lo hace en un 0,69%. Aún así la empresa sigue siendo un 95,92% menos rentable que la media del sector.

En el año en el que es adquirida por Enterprise, 2012, la rentabilidad de la empresa cae un 12,05%, situándose en 0,0227. Este mismo año, la media del sector también desciende pero lo hace tan solo en un 1,4%. La rotación de Atesa cae un 60,49%, mientras que por el contrario el margen aumenta notablemente, un 122,62%. Sin embargo en el sector la rotación solo cae un 1,64% mientras que el margen presenta un aumento mucho más pequeño que en la empresa, tan solo de un 0,24%. La empresa sigue siendo mucho menos rentable que el resto del sector, un 96,36% menos rentable que la media de las empresas del sector.

En 2013 la rentabilidad es negativa, presentando una caída del 110,41%, situándose en -0,0024. La media del sector, que sigue siendo positiva, solo cae un 18,78% para situarse en 0,5074. En el caso de Atesa el margen cae un 106,1%, situándose en -0,0068. La rotación aumenta un 70,66%, lo que en principio sería una nota positiva, no lo es ya que al tener un margen negativo, al aumentar su rotación lo que hace es multiplicar las pérdidas. Es decir, cada vez consigue realizar más ventas con un margen negativo, por lo que con cada venta pierde y cuantas más ventas realice la empresa, más pierde. Es por esto por lo que la empresa este año incurre en un resultado del ejercicio negativo, es decir, en pérdidas. En este año su rentabilidad es un 100,46% menor que la del sector.

En 2014 la situación se agrava, teniendo una rentabilidad negativa de -0,0447, un 1790,19% mayor que el año anterior. Por segundo año consecutivo su rotación aumenta,

en este caso un 9,46% y su margen cae, esta vez un 1626,76%. El margen es negativo y mucho mayor que el año anterior, principal motivo del aumento tan radical de sus pérdidas y agravado por el hecho de que la rotación siga aumentando, ya que la empresa pierde mucho más con cada venta y realiza más que en el ejercicio anterior. Este año la media de la rentabilidad del sector aumenta un 14,40% ya que la pequeña caída del margen, un 0,34%, se ve compensada por el aumento de un 14,79%. La empresa esta vez presenta la mayor diferencia respecto a la media del sector, siendo un 107,7% menos rentable que la media del sector.

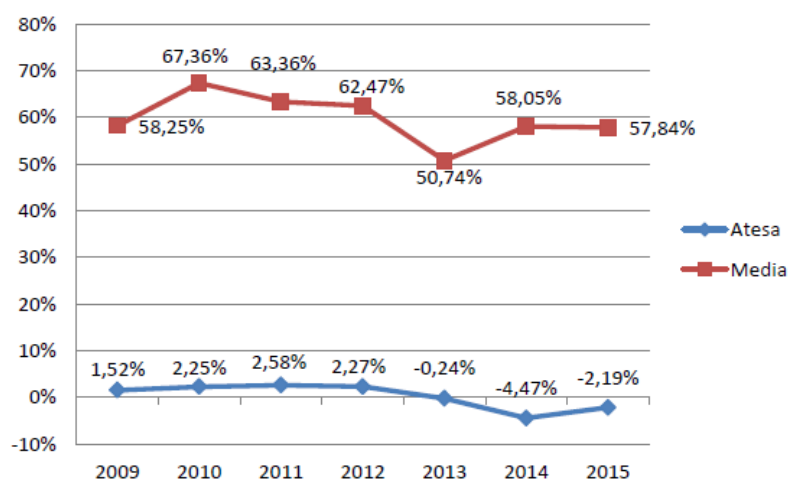
En 2015 la empresa comienza a revertir la situación consiguiendo reducir su rentabilidad negativa un 51,06%, siendo de -0,0219. Esto lo consigue principalmente a través de reducir su margen negativo un 47,57% y ayudado por la caída de la rotación en un 6,66%. Con esto la empresa consigue perder en torno a la mitad menos por cada venta que realiza, así como reducir estas ventas, con lo que las pérdidas se ven también reducidas. En este año la media de la rentabilidad del sector desciende un 9,87%, debido al descenso tanto de la rotación en un 9,82% como del margen de un 0,06%. En este curso la empresa mejora respecto a la media, pero muy lejos de los valores del comienzo del período, siendo un 104,18% menos rentable que la media de las empresas del sector.

Tabla 4. Comparación de la Rentabilidad de Explotación Neta entre empresas del sector

Rentabilidad de Explotación Neta							
Año	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Atesa	-0,0219	-0,0447	-0,0024	0,0227	0,0258	0,0225	0,0152
Northgate	0,4793	0,4643	0,4998	0,5032	0,5348	0,5532	0,5090
Goldcar	0,7723	0,7079	1,2152	0,9040	0,8868	1,0832	1,0504
Hertz	0,6756	0,7088	0,7353	0,9416	0,9106	0,6948	0,7905
Media	0,5232	0,5805	0,5074	0,6247	0,6336	0,6736	0,5825

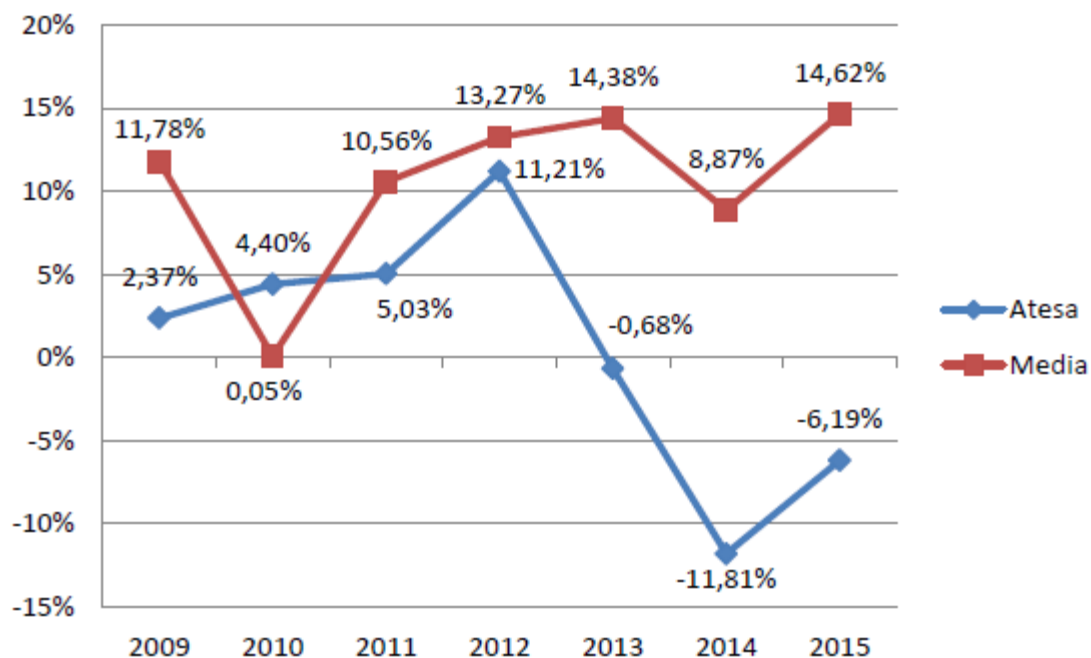
Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Gráfico 14. Evolución de la Rentabilidad de Explotación Neta respecto a la media del sector



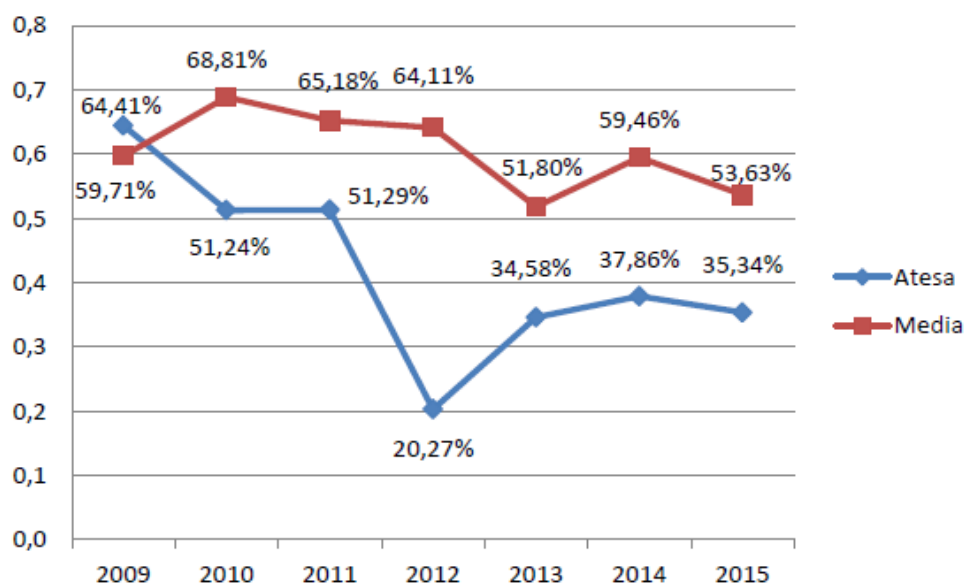
Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Gráfico 15. Evolución del Margen de Explotación Neto respecto a la media del sector



Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

Gráfico 16. Evolución de la Rotación respecto a la media del sector



Fuente: Elaboración propia a través de datos del SABI

4. Bibliografía

Enterprise Holdings, Inc. (2016). Acerca de nosotros: Enterprise Holdings, Inc. Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de Sitio Web de Enterprise Holdings, Inc.: www.enterprise.es

Kazanjian, K. (2013). Driving Loyalty. Nueva York: Crown Business.

Ley 20/1991, de 7 de junio. (1991).

Ley 27/2014, de 27 de Noviembre. (2014).

Ley 35/2006, de 28 de noviembre. (2006).

Ley 37/1992, de 28 de diciembre. (1992).

Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre. (1999).

Moreno Barberá von Hartestein, F. (2011). La empresa pública turística como impulsora de la economía municipal, en el cuarto de de siglo del desarrollo español: los casos del Hostal de los Reyes Católicos de Santiago de Compostela y del Hostal de San Marcos de León. Valencia: Universidad Cardenal Herrera - CEU.

Piñeiro Sánchez, C., & de Llano Monelos, P. (2011). Finanzas empresariales. Teoría y modelos con hoja de cálculo. Santiago de Compostela: Andavira Editora.

Real Decreto 287/2015, de 17 de abril. (2015).

Real Decreto 380/2015, de 14 de mayo. (2015).

Real Decreto 742/2016, de 30 de diciembre. (2016).

Sistema de Análisis de Balances Ibéricos.

World Bank Group. (s.f.). Recuperado el 3 de Mayo de 2017, de World Bank: <http://www.worldbank.org/>

EL ARTISTA ROBERT MORRIS Y LA SORPRENDENTE DERIVA DEL (POST)-MINIMALISMO ENTRE LAS DÉCADAS DE 1960 y 1990

Isusko Vivas Ziarrusta
Amaia Lekerikabeaskoa Gaztañaga¹

* **RESUMEN/ABSTRACT:** a lo largo de la amplia carrera artística de R. Morris, ha habido etapas de fuertes contrastes que determinan vías de trabajo y creación casi contradictorias, pero que una observación más próxima y minuciosa revela acaso que la idea establecida a priori no es tal, sino que todo forma parte de un concreto proceso. La biografía artística del autor nos depara un desarrollo que comienza en el ecuador de la década de 1950, quizás con un prudente Expresionismo Abstracto (fruto de la influencia de la época), que tiende hacia el ya consumado y bien establecido Formalismo en la década siguiente, encontrando sus precedentes en un breve período pre-Minimal. A partir de ahí, un giro postminimalista envuelve su obra durante los años 70 del s. XX, hasta llegar a las tendencias posteriores a comienzos de los 80, donde se hace de nuevo presente otra forma de índole más expresionista; nada menos que una ‘sorprendente deriva del Minimalismo’ como culmen de su dilatada trayectoria.

Palabras-clave: Arte, Escultura, *Minimal Art*, Morris (Robert), Postminimalismo, Segundas Vanguardias.

Tema de debate en el que se encuadra la propuesta: *Globalización y Arte Contemporáneo.*

<<Los materiales con los que se realiza la obra son irrelevantes, lo que verdaderamente importa es el proceso originado sobre la idea del artista>>.
Robert Morris

1. INTRODUCCION. Prefacio sobre escultura, segunda mitad del siglo XX

“La escala de tamaño de las cosas tridimensionales inútiles, representa un continuum entre el monumento y el ornamento... Los trabajos recientes caen entre los extremos de ese continuum de tamaño. Debido a que gran parte de ellos presentan una imagen que no es figurativa ni arquitectónica, han sido descritos como estructuras u objetos”.
R. Morris²

El arte Minimal condimenta seguramente la mayor revolución en el arte posterior a la II Guerra Mundial, cuestionando profundamente el trabajo artístico en cuanto a sus relaciones con el individuo, el espectador y la sociedad. En las primeras exposiciones minimalistas apareció una producción de piezas con formas geométricas simples o elementos “gestalt” proporcionando un dialogo a la vez que confrontación espacial con el espectador. Hay alusiones por una parte a Duchamp y movimientos Dadaístas y por otras referencias constructivistas. El escultor Americano Tony Smith representa quizás la transición definitiva al minimalismo con su obra escultórica realizada a principios de los 60. Muchos de los aspectos diferenciales de la obra de Smith, fueron recogidos a continuación por sus jóvenes colegas americanos, que después formarían el grupo de los minimalistas en América con los cinco nombres ya mundialmente conocidos; Donald Judd, Sol Lewitt, Robert Morris, Dan Flavin y Carl Andre.

Richard Wollheim cita el valor que los trabajos y el empeño adquieren en el arte. La obra de arte es el proceso que sirve para crear o destruir la imagen. Quizás este autor sea el primer crítico que impuso la etiqueta de ‘Minimal’ al arte contemporáneo de la época.

¹ **Universidad del País Vasco (UPV/EHU). FACULTAD DE BELLAS ARTES. Departamento de Escultura.** Barrio Sarriena, s/n, c. p.: 48.940 Leioa (Campus Universitario de Vizcaya). E-mail: isusko.vivas@ehu.eus // amaia.lekerikabeaskoa@ehu.eus (Tel.: 685769525.- // 94-4334408.-).

² “Notas sobre escultura”. Revista *Artforum*, febrero y octubre de 1966.

Los artículos de ABC-ART fueron una de las aportaciones más determinantes para la definición del naciente estilo Minimal y sus características. Explica el desarrollo que el movimiento tuvo a lo largo del Expresionismo Abstracto y las características ‘minimales’ de distintas formas de arte de la citada época. En uno de ellos se dice que la nueva impersonalidad y el (humilde) anonimato se pueden interpretar como reacción contraria a la indulgencia del subjetivismo o de la misma manera como reacción formal contra los excesos de lo pictórico.

Michael Fried critica el arte minimalista, o como él lo denomina, “literalista”, por la teatralidad que posee. Al mismo tiempo asegura que el arte ‘moderno’, incluyendo la pintura y la escultura, se encuentra en la necesidad cada vez mayor de “superar” el teatro, si desean perdurar. En las ideas de Fried, la teatralidad establece una relación discontinua entre el espectador (siendo “sujeto”) y la obra (en cuanto que constituye “objeto”). Esa relación se establece en el tiempo y permanece. Por otro lado, el superar el teatro trae consigo la superación igualmente de la temporalidad, o al menos reducir su porte (carga).

Un vocabulario adaptado por Mel Bochner hace más factible la inteligibilidad de este tipo de obras seriales y modulares. Un método que comprende sistemas abstractos, binarios, transición definida, aspectos gramaticales, isomorfismo, ortogonalidad (ángulos rectos), permutación, probabilidad, progresiones (progresión Aritmética, progresión Geométrica), reversibilidad (cambios e inversiones con las series), rotación y secuencias (o sucesiones)³.

El minimalismo prevaleció mayoritariamente durante mediados de los 60 del siglo XX, como una reacción al expresionismo abstracto que dominaba la pintura americana durante la década de 1950, y que aún después continuó siendo un movimiento importante en parte en diversos extractos artísticos y autores, como por ejemplo el artista Mark di Suvero.

1.1. Contrapunto al Expresionismo Abstracto (Minimalismo y Formalismo)

La fecha oficial del surgimiento del minimalismo en Estados Unidos es 1965, aunque anteriormente ya se habían hecho algunas incursiones y ensayos desde 1959 con Carl Andre. El minimalismo se desarrolla sobre todo en el término de las tres dimensiones (escultura). También denominado como ‘movimiento reduccionista’ por su aparente simplicidad formal.

Las fuentes o referencias para el minimalismo se sitúan por una parte en la pintura geométrica estadounidense (con profundas raíces europeas) representado en las figuras de Stella, Newmann o Reinhardt, y por otra parte en la citada influencia europea del Constructivismo, la escuela Bauhaus y Malevich. Se considera que el precedente más significativo es el escultor T. Smith, con su denominada “Die” o “Caja negra” (1963-65).

Este tipo de resultados artísticos se encuentran orientados contra el Expresionismo Abstracto reinante en la época (tanto Stella como Lichenstein y otros). La idea de composición relacional aparece por vez primera en un texto de Donald Judd en 1965 (“Objetos específicos”)⁴. Los americanos aseguraban que el arte europeo estaba basado en elementos relacionales, mientras que los artistas americanos no utilizaban esos elementos (la historia de la pintura europea está basada en esos elementos relacionales, lo cual no existe por ejemplo en las composiciones de Stella). Los artistas americanos tenían una idea común, que sería la creación de una imagen global, una imagen impactante que interceda con el público (crear una obra a través de una imagen unitaria que a la vez surge de una idea determinada). Esta idea de los americanos no explica en cambio algunas obras europeas no relacionales, como los espacios de El Lissitski, o el cuadrado negro de Malevich, el primer cuadrado no relacional de la historia.

³ En: *En torno al minimalismo* (catálogo de exposición. Reina Sofía). Fernando Huici señala como aportaciones del minimalismo; -Llevar al límite una de las aspiraciones fundamentales dentro de la tradición de la vanguardia, la de liberar al arte de toda función de representación, de simulacro de algo distinto a sí mismo, y acotar así finalmente su ámbito específico.

-Posibilidad de desarrollar “objetos tridimensionales” que no se remitan sino a sí mismos, capaces de establecer con el espectador una relación que implicara una experiencia concreta en un espacio concreto. Así lo expresaba D. Judd en su célebre texto “Objetos específicos”. Resumiendo, decía que lo tridimensional es un espacio real. Eso nos libera del problema del ilusionismo y del espacio literal, del espacio interior y alrededor de los límites y colores’.

⁴ “Objetos específicos” (“Specific objects”). Publicado por vez primera en *Arts Yearbook*, 8, en 1965.

La reacción que se organiza frente al éxito profesional y social de los movimientos de la pintura Informalista, de la 'Action Painting' o Expresionismo Abstracto que sigue a la Segunda Guerra Mundial tiene un doble sentido en una doble dirección. La reacción se debe a artistas que intentan eliminar la presencia de lo personal, utilizando imágenes prefabricadas del mundo del consumo o de la tecnología, sea de un modo popular como el Pop Art, o sea de un modo frío y severo como lo hace el Minimal Art.

La otra respuesta a los postulados del arte como expresión de lo personal tiene diversas contextualizaciones. Una de ellas la encontramos en la academia der Künste de Düsseldorf con Joseph Beuys a principios de los años 1960. En Italia lo asume Piero Manzoni con la obra "Merda d'artista" (1961). El movimiento llamado Fluxus dominado por George Maciunas en 1962 recoge en América unas inquietudes que también se dan en Francia con Yves Klein en 1960 y en el resto de Europa, por ejemplo con Hermann Nitsch en Viena y en Munich en 1962. El "Arte Povera" denominado así por Germano Celant en 1968 es una consecuencia de esta reacción, como lo es la posterior consideración de la superficie pictórica como un plano de información en Jannis Kounellis u On Kawara. Todas estas producciones van entrando dentro de una consideración cada vez más 'conceptual' del arte.

Con mayor distancia y frialdad que los europeos, los minimalistas americanos se separan en parte de la tradición histórico-artística. Para Kenneth Baker⁵, el término 'minimalismo' connota modos de arte deliberadamente antipictóricos y una tendencia a localizar el contenido fuera del objeto artístico, en su colocación física o en las respuestas de los espectadores, más que en sí mismo, más que en la importancia literaria o psicológica de una imagen. En este sentido recoge bajo el término dos corrientes dentro de este movimiento; una encabezada por Tony Smith, Donald Judd, etc. que proviene de los constructivismos ruso u holandés, de Mondrian y de Albers, y otra encabezada por Carl Andre, Dan Flavin, etc. que proviene de la línea de Brancusi y de Duchamp, y que juega con los límites del concepto "arte".

La primera exposición minimalista que se presentó en 1966 en el museo judío de New York se llamó "Estructuras primarias". Se plantea el reduccionismo (depuración de elementos) para que esos pocos elementos tengan una gran densidad de significado. Se basa en estructuras que se repiten bajo una lógica interior. La visibilidad era la característica que más denotaba la cualidad minimalista junto con el carácter industrial de los objetos manufacturados. Construir objetos escultóricos partiendo de materiales manufacturados en la industria. Se crean objetos que son total y absolutamente autorreferenciales (en ocasiones las obras tienen valor metafórico cero, no significan nada, no hablan de nada sino de sí mismas. El objeto se refiere exclusivamente a sí mismo, convirtiéndose en un elemento totalmente real y sin ningún modelo.

En la interpretación del minimalismo desde un punto de vista objetual, como contrapunto a estas teorías se propone otra explicación que no anula totalmente las anteriores, partiendo de la base de que los objetos minimalistas en realidad sí tienen un modelo. Tienen sugerencias de nuestro entorno, quizás de objetos cotidianos provenientes de la tecnología que podemos encontrar en los hogares contemporáneos. Richard Artschwager es un artista que crea al mismo tiempo Pop y Minimalismo. Era carpintero y se basa en el material de la formica (material que imita a la madera). Esta valentía de estar entre medio, en el intersticio, ha hecho que este artista se haya quedado arrinconado en cierta forma. Supo reunir y reflejar mejor que nadie quizás, el espíritu de la época, aunque fuese de una forma acaso un tanto manierista.

Después de la gran eclosión del minimalismo (con los cinco nombres conocidos) surgieron los que se ha dado en llamar los postminimalistas. R. Serra, E. Hesse. J. Saphiro, B. Nauman... Se crean piezas que aunque no sean totalmente minimalistas desde la ortodoxia de esta perspectiva, si se encuentran bastante cerca. Las referencias de estos son ya del mundo real, de objetos cotidianos que los artistas los toman como puntos de referencia en sus piezas (una 'figurativización' de la abstracción minimalista que habría que pensar si parte de ello no existía ya literalmente en el propio minimalismo).

El arte tendrá valor cuando pueda ser objetivado. Interesa la idea de serialidad porque con ello quieren emular la aparición de los objetos en la sociedad de consumo. En la sociedad

⁵ *Minimalism*, Abbeville Press, New York, 1988.

industrial proliferan los objetos en serie, para los minimalistas la repetición implica la posibilidad de percepción directa por parte del espectador. La obra tiene que aparecer como un modelo extrapolable a una realidad más amplia. La idea de distancia sugiere que la obra ha de ser abordada desde un punto de vista intelectual, con una gran distancia o barrera frente a la obra; observarla desde lejos y en su totalidad. La relación del artista con su obra es así de orden cognoscitivo. Ambos movimientos recogen objetos ya producidos (en el Pop mayormente imágenes y en el Minimal fundamentalmente objetos). Apropiación de objetos, imágenes y materiales. Detrás de ambas actitudes encontramos acaso la sombra del 'ready-made'.

1.2. El Minimalismo

El Minimalismo (o también considerado por muchos como una variante del Neoconstructivismo) surge así de las obras de los soviéticos antes citados, además de otros como George Vantongerloo, David Smith, Max Bill y Victor Pasmore, que al margen de la pintura, derivan hacia la escultura. El Neoconstructivismo se relaciona, en la vertiente de las estructuras complejas derivadas de Gabo y Pevsner, con el Op Art, tendencia en la cual la pintura y la escultura o el relieve se confunden con frecuencia. Tal es el caso de las obras de los componentes del grupo alemán 'Zero': Günter Uecker, Otto Piene, y Heinz Mack. Todos los dominios de la geometría, frecuentemente animados por la luz, realizados en materias plásticas, vidrio, varillas de aluminio u otros materiales, madera, metal pintado, etc., se analizan hasta extraerles el último de sus secretos matéricos y formales.

A primera vista puede sorprender que los artistas del Minimal invoquen a Constantin Brancusi y a Hans Arp. Las formas libres de tipo curvo o hasta turgentes, en las obras de estos dos artistas, no se pueden encontrar en las cajas, barras, ángulos de D. Judd o R. Morris. Estos últimos renuncian a toda expresión de tensión de las formas redondeadas. La afinidad estriba más bien en la simplicidad formal o en su compleja 'uniformidad'. A este fin sirven también los materiales tales como acero noble, fibra de vidrio y acrilglás, que se elaboran mediante procedimientos técnicos precisos.

Judd y Morris en concreto se esfuerzan por cimentar la homogeneidad de los objetos en su conocimiento de leyes psicológicas de la forma. Tal homogeneidad se obtiene a partir de una limitación de la complejidad formal que se aproxima a la 'tendencia de la exactitud' formulada por Max Wertheimer. La simplicidad de la forma no significa la simplicidad de la experiencia aseguraba Morris. Es decisivo el control de toda situación y todo desarrollo. En él participan un objeto único, el espacio circundante, las condiciones oscilantes de luz y un sujeto que se siente apostrofado en dos planos psíquicos distintos. Su reacción ha de franquear este abismo y de ello, así lo espera Morris, resulta una nueva especie de percepción. Después de experimentar un cambio en las costumbres tradicionales de percepción, la mirada puede apartarse de la tarea de registrar los procesos internos y dirigirse al mundo exterior. Sin embargo, los objetos 'minimales' no ofrecen ninguna información sobre qué contenidos han de aceptarse y dominarse, dado que subrayan unilateralmente el carácter procesal⁶.

Uno de los objetos de ensayo preferidos por los psicólogos de la percepción es el cubo, juntamente con la reja rectangular como método de distribución y disposición de unidades de forma cúbica, el cubo proporciona una especie de morfema y sintagma (Morris). El cubo y la reja permiten las más sencillas asignaciones de partes a un conjunto mayor y facilitan su ampliación a voluntad. Los significados son ajenos a este sistema. Comparados con las formas funcionales de la arquitectura o con las formas aerodinámicas de la moderna tecnología, el cubo y la reja son extremadamente rígidos e inorgánicos a los ojos de Morris.

Significativamente, el arte de objetos mínimos ha experimentado una serie de posibilidades de referir objetos de espacios dados. Donald Judd y Morris fueron los primeros en proyectar múltiples objetos para determinadas salas de exposición, los cuales se sitúan en puntos seleccionados del suelo. Posiblemente con la presentación de los cubos de T. Smith,

⁶ Morris, Robert. "Bemerkungen über Skulptur", en: *Über Kunst - On Art*, Gerd de Vries, DuMont, Colonia 1974, p. 209 y ss.

“Die”(1962) y otros de mayor tamaño como “The Black Box” (1963-1965), se iniciaba la historia del minimalismo. En toda esta andadura iniciada allá por 1915 con Malevich y narrada después por El Lissitski pronto aparece el cubo como fruto de sus desplazamientos en el espacio del Suprematismo. Unos años más adelante Naum Gabo, otro insigne constructivista de los primeros momentos creó por vez primera la descomposición del cubo como volumen en el ‘cubo como espacio’ a través de su propio vaciado. Su propuesta fue el punto de partida para iniciar otras, enlazando con esto mismo el propio T. Smith y a continuación los minimalistas.

A pesar de ciertas actitudes aislacionistas, los artistas del Minimal reconocen deudas respecto a la tradición moderna europea en la órbita del Neoplasticismo, Constructivismo o Suprematismo, pero también del Dadaísmo duchampiano. El Minimal Art, al situarse en ese espacio estético inexplorable del ‘entre’ (‘between’) no solo supera la cerrazón de la estatua clásica sino incluso la intimidad de la obra escultórica moderna, su *introversión* como dijera Simon Marchán Fiz⁷. El Minimal Art en lo escultórico y el Pop o la Nueva Abstracción en la pintura impulsaron de un modo hasta entonces desconocido el aumento del formato y los elementos escalares. El minimalismo comparte la tesis de materialidad con las versiones más dadaístas del Pop. A diferencia del dadaísmo, la condición objetual es neutralizada por la estructura autónoma, iniciándose así una sublimación del mundo objetual. No es fortuito que un artista entonces de segundo orden como R. Artschwager, considerado unas veces minimalista y otras ‘popero’, se haya convertido en una figura central para unos intereses más actuales. El conocido “Monumento a la tercera Internacional” de V. Tatlin sería el ejemplo que más se acerca a planteamientos posteriores, pues cultiva una especie de indefinición y se sitúa a medio camino entre un artefacto, la escultura y la arquitectura. No en vano, habría en el Constructivismo una fase ‘objetual’, pero a su vez, a diferencia de la ‘inutilidad’ confesada del minimalismo, tendía a consumarse como ‘realización utilitaria’. Frente a esta doble orientación de las figuras geométricas elementales hacia la introversión escultórica o la expansión arquitectónica, el Minimal parecía explorar el quicio de esa zona intermedia (‘entre’/between).

Son más desconcertantes las connivencias del minimalismo con la tradición clásica. No es del todo casual que hacia 1959 se suscitara la cuestión del clasicismo con motivo de una exposición que se tituló “Four abstract classicist” en Los Angeles County Museum. Una hipótesis que al año siguiente adoptó uno de los críticos más reconocidos del momento, L. Alloway⁸ para designar la nueva pintura abstracta geométrica; Ad Reinhardt, F. Stella, Newmann y otros. Con tal fin este crítico tomó incluso como pretexto las derivaciones de aquella divulgada carta que Cézanne dirigió en 1904 a E. Bernard cuando le aconsejaba abordar la naturaleza a través del cilindro, la esfera, el cono. Por medio de semejante elipsis cezanniana irrumpía en las figuras geométricas elementales del Minimal la connivencia con un clasicismo de nuevo cuño, un peculiar clasicismo abstracto. Por muy sugerentes que resulten estas filiaciones el clasicismo abstracto que destilaba el Minimal no parece tener los precedentes más claros en el ámbito de la pintura, ni siquiera en el de la propia escultura, sino en la arquitectura. La llamada de atención sobre la presencia de sólidos geométricos en cuanto estructuras latentes abstractas fue realizada por Le Corbusier en *Hacia una arquitectura...* (1923). En los proyectos más emblemáticos de la arquitectura soviética estos mismos sólidos geométricos elementales son también la estructura, manifiesta o latente, que los gobierna y relaciona con la arquitectura revolucionaria francesa de finales del siglo XVIII.⁹ Una analogía que retoma y reinterpreta la arquitectura citada del iluminismo, en particular E. L. Boullée cuando justifica sus preferencias por los cuerpos geométricos regulares, sobre todo la esfera, en virtud de su potencia sobre nuestros sentidos y su analogía para con nuestra organización¹⁰ Más allá de cualquier información y referencias constatables, el Minimal se inscribe en esta corriente de sensibilidad y reinterpreta algunos de estos dispositivos clásicos, ciertamente atípicos para el común

⁷ Textos que tienen su origen en una conferencia pronunciada el 12 de enero de 1993 en la sala de exposiciones REKALDE de Bilbao, con ocasión de la exposición dedicada al escultor norteamericano T. Smith.

⁸ “On the edge”, *Architectural Design*-4, 1960.

⁹ En esta misma vertiente encontramos obras como: Emil Kaufmann, *De Ledoux a Le Corbusier* (1933), Adolf Max Vogt, *Boullées Newton-Denkmal* (1969) y *Russische und Französische Revolutions Architektur* (1974).

¹⁰ Arquitectura neoclásica racionalista. Proyectos utópicos; Ledoux y Boullée, entre otros: “Diseño para un monumento a Newton” 1780-1790 E. L. Boullée, “Diseño de casa”, 1790 C. N. Ledoux. Fuente: Honour, H. *Neoclasicismo* pp. 118,164.

entendimiento de los mismos como lenguajes figurativos, aparentemente inertes para la vanguardia. Una curiosa coincidencia es que R. Morris no solo parece haber tenido un antepasado homónimo en la Inglaterra del s. XVIII, sino un predecesor artístico a quien le agradaba jugar con ciertas reglas sobre las proporciones armónicas, el ilustre arquitecto Robert Morris, eminente miembro de la Royal Society que publicó en 1734 unas *Lectures on architecture* en las que proponía un diagrama sobre las proporciones teniendo como unidad básica el cubo y sus transformaciones. Como podemos ver en una de sus láminas (“Esquema proporcional básico”) aquel R. Morris tenía tanta fascinación por el cubo como Boullée por la esfera. Una fascinación que también ha sido compartida por los artistas minimalistas.

Si la pirámide es una figura simbólica o al menos emblemática desde la antigüedad egipcia hasta el siglo XVIII, la esfera es la predilecta de las arquitecturas revolucionarias francesa y soviética, que la utiliza incluso Goethe, combinándola con el cubo en el “Altar de la buena fortuna” en Weimar (1777). Esta parece ser el patrimonio exclusivo de la arquitectura y en la escultura apenas nos topamos con ella a no ser en las primeras obras de Calder, en las esferas desocupadas de J. Oteiza o parcialmente en algún anillo de R. Morris hacia 1965; la pirámide completa, fragmentada, troncada o invertida a sido manipulada en diversas ocasiones por Morris entre 1964 y 1967. Este artista acudía tanto a cubos transparentes de plexiglás como a otros opacos y vacíos de metal. En alguna oportunidad, “Square Doughnut” (1966) materializó incluso un cuadrado vacío y exento o un sobrio rectángulo.

Formas unitarias dotadas de una gran fuerza y pregnancia como ‘Gestalten’, como totalidades perceptivas indivisibles e indisolubles. Las partes no son relacionables -manifestaba D. Judd- la cosa es el todo. El gran problema es mantener el sentido de la cosa entera. El minimalismo sintoniza así con el ideal clásico de la perfección, con la peculiaridad de que, como sacó a la luz E. L. Boullée, la perfección de las proporciones aritméticas es desplazada por la perfección de las percepciones. Refiriéndose a las formas que no presentan partes separadas, R. Morris puntualizaba que dichas formas son las más simples de entre las que crean fuertes sensaciones gestálticas. Sus partes están unidas entre sí de tal manera que ofrecen una resistencia máxima a la separación perceptiva. En términos de sólidos o formas aplicables a la escultura, estas ‘gestalten’ son los poliedros más simples. Por su parte T. Smith afirmaba que no pensó en ellas como esculturas, sino como presencias de una determinada clase, efectos de presencia sobre lo que llamó tempranamente la atención el conocido crítico Clement Greenberg¹¹. R. Morris dedicaba casi toda la segunda parte de sus “Notas sobre escultura” (1966) a resaltar el valor positivo del gran formato. Esta cualidad de la escala era la que se apreciaba en el recurso a unos formatos bastante más grandes respecto a los que nos tenía habituados la tradición moderna, y casi convertida en una obsesión, cristalizó en una exposición que tenía como título “Scale as content” (octubre de 1967 a de enero de 1968; The Corcoran Gallery of Art, Washington). Posiblemente el artista más propicio a los grandes formatos fuese Ronald Bladen, pero este es un rasgo común a todos ellos, en particular a T. Smith y R. Morris.

Lo que primero convirtieron los minimalistas en un campo de acontecimientos fue el propio espacio de la galería. Uno de los ejemplos más intrigantes era la obra realizada por R. Morris, “Sin título” o “L-Beans” (1965, 8x8x2 metros) en la que esta figura en forma de una gigante ‘L’ se modifica mediante un cambio de posiciones en el espacio. De esta manera la letra agrandada y simplificada del alfabeto redefinía el espacio entero de la galería Leo Castelli en Nueva York. Se perfilaba así una tendencia a trabajar con el lugar específico que desembocaría en las primeras ‘instalaciones’.

Sin duda como reacción a esta insatisfacción pronto se sintió la necesidad de abandonar la reclusión de las galerías y los museos y sacarlos al exterior. En este empeño T. Smith fue también uno de los pioneros. Al actuar así no deseaba integrarse y menos competir con la arquitectura circundante o el espacio natural, sino simplemente hacerlas más respirables y despertar en ellas toda una gama de correspondencias vividas. Por ello sus referencias eran más bien unos espacios sin arquitecturas, en los que, como acontecerá en los parques y lugares naturales, explorarían aquel ambivalente e inestable espacio estético e intermedio.

¹¹ “Recentness of sculpture”, en: catálogo *American sculpture of the sixties*, Los Angeles County Museum, 1967.

Tras esta revelación de las obras minimalistas en el ‘campo de acontecimientos’ que implica al ‘espacio’, es preciso esbozar la mediación de nuestro ‘cuerpo’, cómo da vida a este acontecimiento, casi espectáculo visible. Con ello la obra y el espectador acaban por ser todavía más cómplices en la situación ampliada del acontecimiento artístico. Como intuía ya R. Morris, ahora los principales términos estéticos no se sitúan en el interior, sino que dependen del objeto autónomo y existen como variables independientes que encuentran su definición específica en un espacio y una luz concretas y en el punto de vista físico del observador...; la preocupación ahora se sitúa en el mayor control y/o cooperación de la situación total. El control es necesario si las variables del objeto, de luz, del espacio y del ‘cuerpo’ deben funcionar¹².

R. Morris refiriéndose a los poliedros regulares más simples como los cubos, las pirámides, puntualizaba que uno ve y ‘cree’ inmediatamente que el patrón intelectual interno se corresponde con el hecho existencial del objeto. Creencia en este sentido significa a la vez un tipo de fe en la extensión espacial y una visualización de dicha extensión; como el propio minimalismo que poseía una coloración más mística que racionalista, ya que los artistas sacan conclusiones a las que la lógica no puede acceder. Con anterioridad a esta deriva R. Morris había resaltado que el patrón intelectual que subyace a estas obras reclama una visualización de su extensión espacial. D. Judd en una entrevista mantenida en 1964¹³ indica que incluso aunque se pueda planificar la cosa totalmente por adelantado, aún así no se sabe cómo es hasta que no se tiene delante... Se podrá estar pensando eternamente en toda clase de versiones, pero no es nada hasta que se ha hecho visible.

Según el profesor, historiador y crítico de arte Kosme de Barañano, la tradición estética minimalista viene definida por una serie de renunciaciones o rechazos: ausencia total de contenidos, con imágenes en apariencia elementales; obras sin sujeto temático, ‘objetos específicos’ donde no hay literalidad sino lógica interna; es la renuncia a la retórica, aunque al final crean un planteamiento repetitivo y evidentemente retórico. Enfatización de lo geométrico y una eliminación de lo iconográfico. No es la búsqueda de un nuevo formalismo, sino el intento separar lo formal del objeto artístico, necesitando para ello la yuxtaposición, la repetición modular, lo que conlleva a la visión estéril de un maximalismo que persigue la sobrevaloración de un código vacío. Son obras que se ‘emplazan’, que buscan corresponderse con lo que les rodea, con el ‘environment’ que les produce su espacio. Es el espacio alrededor el que acota organizaciones lineales, con una recurrencia a un repertorio (formal o temático) bastante breve que se intensifica por su presencia reiterada; al necesitar de la intensidad de la repetición están demostrando su falsa neutralidad. Son obras que no tienen una intencionalidad expresiva, que se dirigen a la observación del sujeto como construcciones neutras; su estrategia de dinamizar campos de fuerzas o conexiones visuales se basa en lo obvio. En contra de toda figuración y toda abstracción realizan obras en las que se palpa el rechazo de la noción de representación en el sentido amplio del testimonio humano. La autonomía formal de la obra de arte alcanza en esta estética su máximo grado. El valor estético es proporcional a su falta de contenido artístico; su visualidad inerte no poetiza sino que elimina, su seducción es por ‘reducción’.

Tanto el Minimal como el Pop hacen uso de una estética subyacente al mundo industrial (sea la metáfora visual de los aviones o los coches en Lichtenstein o Warhol, sea el acabado metálico de los mismos para los minimalistas). La estructura lógica de las obras se explica a sí misma, ambos buscan, con ironía o con frialdad aparente, una ‘visualidad inerte’¹⁴.

En el continente americano los Smith (tanto David como Tony) han abierto las puertas a tres corrientes diferentes de hacer escultura. Por una parte a los primeros representantes del Minimal, a D. Judd, a R. Morris y por otra a una corriente más situada en el paisaje y en el mundo de la naturaleza, el llamado ‘Land Art’ desde Robert Smithson a Walter de María.

¹² R. Morris se percata en todo instante del papel desempeñado por el cuerpo.

¹³ “¿Nuevo nihilismo o nuevo arte?”, *Art News*, septiembre de 1966.

¹⁴ De aquí que algunos artistas se hayan movido entre ambas estéticas, como es el caso del citado R. Artschwager o ciertas experiencias de A. Warhol aproximándose a la objetualización conceptual, o el interés por las lámparas de neón de D. Flavin tan cercano a la iluminación de los años pop. Este sentido de reflexiones paralelas, del Minimal al Pop, se da también en uno de los grandes artistas americanos de este siglo como es Philip Guston, que tras una serie de experimentaciones lineales minimalistas entre 1965-68 pasa a una imaginería eminentemente personal. Lo es también el caso de Jean Dubuffet que después de sus defensas del ‘Brut Art’ y sus experiencias al estilo de los informalistas, crea su estética personal del movimiento e imaginería de la gran ciudad.

Son piezas que dan lugar a una equivocidad, y que se presentan como formas cerradas, formas autorreferenciales que se agotan en sí mismas, como formas no expresivas no narrativas y que no tienen significado alguno¹⁵, si bien no faltos de ‘significancias’. De este modo a partir de tales experiencias comienza la nueva forma de escultura que se establece como búsqueda de estructuras primarias y como cierto distanciamiento del Informalismo y del Pop, tanto por la vía de lo ‘contemplativo’, sea con un carácter intuitivo como la obra del nórdico Jan Groth, sea con un carácter personal como el alemán Ulrich Ruckriem, como por la vía de lo conceptual: sea con un carácter anecdótico anti-estatuario (C. Andre, D. Flavin), sea con un carácter ambiental (A. Goldsworthy, R. Smithson, Richard Long), sea con un carácter normativo (D. Judd).

La evolución de la escultura hacia la superación del Informalismo siguió unos derroteros similares a los de la pintura. Se instauró una metodología del Informalismo. Un número determinado de artistas aspira a un estilo más estricto geométricamente, pero donde la imposición de orden no sea inflexible, sino más bien moderada. Muchas de estas figuras intermedias poseen una relevante personalidad a nivel individual, pero no han aglutinado en su entorno una tendencia poderosa. La escultura de David Smith (1906-65) influenciada en sus principios por Pablo Picasso y Julio González, ofrece ciertas analogías con la ‘Nueva Abstracción’ en los comienzos de la década. Otro escultor, puede ser el inglés Anthony Caro (1924), bajo la influencia quizás de Henry Moore primero, recogiendo posteriormente la herencia de D. Smith, pudiendo citarse también al alemán Erich Hauser. En el ámbito peninsular, Eduardo Chillida (1924) en sus esculturas metálicas más ascéticas y claras es en cierto modo una figura paralela a nivel internacional a la de Caro. Sus formas, similares a ciertos instrumentos metálicos de los campesinos o a formas orgánicas, además de lo arquitectónico, pertenecen a la tradición del hierro fundido, mientras que Smith y Caro se insertan en el contexto angloamericano de la industria pesada. En toda Europa advertimos que la escultura europea no ha tomado en general la misma dirección que la americana, como ha sucedido así mismo en la pintura entre la ‘Nueva Abstracción’ y el constructivismo europeo.

La escuela inglesa pos-Caro logró construir un movimiento coherente, pero insular, con escasas extrapolaciones, entre otras en Alemania. La escultura americana post-D. Smith produce una impresión menos coherente, pero amparada por el imperialismo cultural americano. El término ‘Minimal’ que se puso de moda por la obra de R. Wolheim¹⁶ se convierte así en un ‘estilo’ escultórico, en el que las diferentes formas están reducidas a estados mínimos de orden y complejidad desde una perspectiva morfológica, perceptiva y significativa. Se desarrolló como hemos visto en el mundo anglosajón, y ha destacado también el grupo argentino¹⁷. A partir de 1966 se celebran numerosas muestras; “Diez escultores” (Dwan Gallery), “Schemata7” (Finch College Museum of Art), “Estructuras primarias II” (Buenos Aires), “Scale as content” (The Corcoran Gallery de Washington).

A pesar del citado parentesco y dependencias al Constructivismo clásico, las condiciones sociales y culturales eran radicalmente distintas en la Unión Soviética postrevolucionaria y en la América (no solo EE. UU.) del último tercio del siglo XX. El movimiento ruso no fue puramente formal, sino que intentó participar en la transformación revolucionaria-social¹⁸.

Numerosos autores -Cl. Greenberg, B. Rose, R. Wolheim, H. Rosenberg¹⁹- lo emparentan con el dadaísmo, en especial con el culto al ‘objeto encontrado’. El arte Minimal emplea en este sentido ‘objetos encontrados’ industriales. Sin embargo, esta relación es muy ambigua y equívoca, pues el dadaísmo provoca en el espectador una indignación ante la desmitificación del arte, mientras el minimalismo, como señala Rosenberg, ‘le convierte en un esteta’²⁰.

¹⁵ Precisamente en su simple presencia sería donde reside la sintonía o el pensamiento visual que T. Smith envía, en opinión de Kosme de Barañano.

¹⁶ Denominaciones por las que también se le conoce al Minimal; ‘arte reduccionista’, ‘cool art’, ‘ABC art’ o ‘estructuras primarias’ (en relación a la primera exposición realizada bajo este título).

¹⁷ Nombres como; O. Bony (1941), G. Carnevale (1942), N. Escandel (1942), E. Favario (1939), D. Lamelas (1944), O. Palacio (1934), J. P. Renzi (1940) o A. Trotta (1937).

¹⁸ En opinión de Simon Marchán Fiz, la tendencia a establecer analogías formales con el constructivismo clásico, en especial con el ruso, pretende conferir a estas nuevas formas pseudo-constructivistas un valor revolucionario de uso semejante al de aquellas.

¹⁹ Battcock, *Minimal Art*, pp. 155-387. Y Lucie Smith, *Movements in art since 1945*, p. 240.

²⁰ Battcock, *Idem*, p. 305.

La ‘gestalt’ simple abunda en estas obras como forma constante y conocida²¹, como explicación al empleo preferente de estructuras primarias. Tiene posiblemente un punto de contacto con el empleo del tetraedro por parte del arquitecto Buckminster Fuller. Ideas de economía pueden explicar el recurso de R. Morris, Bladen, Grosvenor, T. Smith, O. Bony y otros a los poliedros más simples, en especial a los regulares, como los cubos y las pirámides, planos inclinados, pirámides truncadas, mientras que descartan los más complicados, debido a que debilitan y tienden a la división en partes²². Otro grupo como C. Andre, D. Judd, Sol Lewitt, O. Palacio o Renzi se interesan por formas unitarias repetidas por sistemas modulares.

Los procesos creativos se inspiran en los códigos matemáticos y en la psicología de la forma. Por ejemplo R. Morris se ha ocupado de las teorías perceptivas de la constancia de la forma, de las tendencias hacia la simplicidad. Tanto el carácter de ‘gestalt’ como el modular confieren a estas obras un sentido de autonomía en la estructura como ha indicado R. Morris²³. Ha subrayado su aversión al detalle como algo que tiende a la intensidad y ocasiona que los elementos específicos se disocien del todo e instauren relaciones internas dentro de la obra.

Por su parte A. Leepa señala que; “el arte mínimo es considerado como un esfuerzo por tratar tan directamente como sea posible con la naturaleza de la experiencia y su percepción a través de las reacciones visuales”²⁴. Como apuntara el propio Morris, “el más lúcido teóricamente entre los artistas”²⁵, el código perceptivo primario tiende a crear situaciones gestálticas fuertes²⁶ de ‘buena forma’ y proporción, simplicidad, etc. El arte Minimal reestructura articulaciones primarias del espacio y de las formas. La nota característica de la significación de un ‘gestalt’ es que una vez recibida la información se desgasta muy rápidamente. Mientras unos reclaman el espacio –Judd, Morris, Smithson–, otros lo conquistan de un modo agresivo; Bladen, Grosvenor, Smith.

La mayoría de los artistas minimalistas han escrito sobre arte; Andre, Flavin, Morris y otros. El artista minimalista pierde progresivamente el interés por el aspecto físico de la obra. Se produce así una desmaterialización del arte como objeto a favor de las fases de su constitución. Los minimalistas desembocaron desde 1968 en manifestaciones anti-arte, tanto del ‘arte idea’ como del ‘Land Art’; tal como puede verse en Morris, Smithson y otros. En 1969 R. Morris titulaba la IV parte de sus Notas sobre escultura “Más allá de los objetos”²⁷. Así pues, “de una experiencia real en un espacio real” nace, como afirmaría F. Huici la singular potencia con que las piezas minimalistas se manifiestan ante nosotros, pese a todas las acusaciones de ‘anti-humanismo’ o ‘frialidad’ que acuñaron sus detractores.

2. ROBERT MORRIS. El artista y su obra prolongada en el tiempo

“construir una forma cúbica o rectangular, es construir de la forma más sencilla, más razonable; pero es también construir bien”.

Robert Morris

2.1. Influencias del pre-Minimalismo

El proceso de la actividad artística que engloba a artistas como R. Morris, R. Serra, C. Andre, K. Sonnier, E.Hesse, B.Naumann u otros proviene en parte del legado de Marcel Duchamp, pero también encontramos influencias de los primeros trabajos de los 60 (s. XX) en Düsseldorf, con Joseph Beuys. En opinión de algunos autores, Beuys es uno de los que mayor influencia ha ejercido, por ejemplo, sobre Morris y Serra. La tradición de la contra-cultura en arte (‘counter-culture’) fue inaugurada por el Dada y el Surrealismo, a los cuales siguen

²¹ R. Morris habla de ello en sus “Notas sobre escultura.”

²² Véase; “Notas sobre escultura” (R. Morris).

²³ Op. Cit.

²⁴ Battcock, *Minimal Art and primary meanings*, p. 201.

²⁵ Marchán Fiz, Simón. *Del arte objetual al arte del concepto*, p. 115.

²⁶ R. Morris, “Notas sobre escultura”.

²⁷ “Notes on sculpture. Part IV. Beyond objects”, *Artforum*, Abril 1969.

movimientos tales como el 'Pop Art', 'New Realism', grupo 'Zero', 'Fluxus' o el 'arte destructivo y autodestructivo'. Los trabajos pioneros en el área de los 'environments' y en el caso de Oldenburg 'performances', filmes y videos, abonan en alguna medida el terreno de artistas como Morris, Flavin, Serra o Naumann, que inician con mayor profundidad formas de meditación acerca de objetos manufacturados o espacios arquitectónicos. También en otro sentido influyen los 'happenings' y 'eventos estructurales' ('event structures') de Allan Kaprow y Vito Acconci,²⁸ o sobre los objetos simulados de Jasper Johns y Andy Warhol.

Como estudioso de la historia del arte, R Morris leyó a Freud y transcurrió cinco años en su análisis. Se refiere a las implicaciones teóricas de Duchamp con John Cage, del formalismo con Cl. Greenberg, D. Smith, R. Krauss o el estructuralismo con J. Burnham.²⁹ La muerte esta muy presente en muchos de sus trabajos, junto con las violentas fuerzas de destrucción en obras tales como "Portrait" (1963) y notablemente visible en trabajos de performance como "War"(1963) o "Arizona"(1963), en el que utiliza una noción circular desorientadora. En una de las piezas coreográficas más recientes en la época en que llegó a New York se exploran los movimientos simples mediante la manipulación de los elementos de danza. Estos elementos de violencia y destrucción se repiten más adelante, ya en una obra muy madura, concretamente a lo largo de la década de 1980, bajo diversos signos y matizaciones. Se percibe una dimensión ritual proveniente de su interés por las culturas orientales manifestado más intensamente en sus primeros performances de danza. Algunas de sus esculturas posteriores cercanas al Minimal indican que no es inmune a la influencia de las formas simples orientales, como lo indican obras tales como; "Barrier" (1962), "Frame" (1962), "Ring With Light" (1965-66). Influencias determinadas por la obra del citado J. Cage y referencias a los universos de Beckett.

Se introduce en círculos de danza y música, envolviéndose en teatros de improvisación como el Judson Dance Theater con Simone Forti (su futura esposa), Lucinda Child, Alex Hay, Steve Paxton, Yvonne Rainer o Robert Rauschenberg, que combina con la actividad pictórica y la realización de varios cortos experimentales (actividad fílmica que no abandona por completo incluso más adelante con trabajos como "Neo-classic", 1971). Con el Surplus Dance Theater de New York realiza también el performance "Site"(1964) junto con Carolee Schneemann. La danza moderna y los ballets ilusionistas en relación también con el 'Fluxus', es particularmente importante en la aparición de la sensibilidad radical del performance en New York en los primeros 1960, en ocasiones con una carga conceptual muy amplia. Estos performances, son denominados con la distinción de 'happening' (se dice que oficialmente inaugurado en 1959).

La cualidad autista ('autistic') de Morris la podemos recordar en uno de sus trabajos junto con Yvonne Rainer, "Waterman Switch" (1965). Es de resaltar el escándalo que supuso la utilización del desnudo, en este performance realizado por vez primera en el Judson Memorial Church en New York, el 23 de Marzo de 1965. La acción fue comentada por el crítico de danza Jill Johnston en la revista "*Village Voice*". Se retoma la presencia del cuerpo, de los 'ready-made' de Duchamp, "El Beso" ("Kiss") de Brancusi o el "Olympia" de Manet en el performance "Site". Las referencias a Leonardo son también recurrentes, en "Leonardo" (1964) y los performances "Rubbings" (1972) o posteriormente en "Firstforms" (1982).

En los comienzos Morris suscita una atracción fetichista hacia los objetos de arte. Trabajos protominimal³⁰ en los primeros años 1960 son obras como "Column", utilizado en un performance en el Living Theater de New York, "Pine Portal", "Portal", "Pine Portal with Mirrors" o "Passageway", trabajo de performance de 1961. Persiste la influencia del 'Fluxus' con artistas como Yoko Ono, con una caracterización explícita en la referencia al cuerpo. Referencias que se retoman en obras pre-minimalistas como los cerebros; "Wax Brain" (1963) y cerebros recubiertos con billetes de dinero.

El mismo año construye una obra titulada "Litanies" en alusión a los "Litanies of the Chairot" de M. Duchamp, que constituye uno de los primeros homenajes de Morris a Duchamp

²⁸ Diacono, Mario. *Vito Acconci; dal testo-azione al corpo come testo*, But of London, 1975.

²⁹ Krens, Thomas. 1980. Catálogo del museo Solomon R. Guggenheim, 1994.

³⁰ Calificación de Catherine Grenier.

y el 'ready-made' dadaísta³¹. Se exhibe seguidamente en la primera exposición individual de Morris en la Green Gallery en New York, obra esta adquirida por el arquitecto y coleccionista de arte Philip Johnson. Tras seis meses sin recibir pago ni recompensa, realiza una segunda obra en esta línea titulada "Document", donde Morris yuxtapone el perfil y el frontal de las "Litanies" junto con el documento "Statement of Esthetic Withchawal" que imita escritos legales o cartas notariales. Peter Bürger, en *"Theory of the avant garde"* argumenta que en "Document", la signatura de Morris invierte la estrategia del 'ready-made' de Duchamp, al mismo tiempo que difiere de su austera filosofía del 'ready-made'. En este caso no se trata de un 'objeto encontrado' ('found object') fruto de la producción en masa, en los cuales, siempre según la opinión de Bürger, Duchamp negaba la categoría individual de la producción.

"I-Box" (1962) representa quizás una de las primeras exploraciones de Morris acerca de la comprensión y legibilidad de sí mismo. Su figura desnuda aparece en el interior de una construcción a modo de caja o armario con una especie de puerta o escotilla que se abre y se cierra (se representa normalmente en ambas posiciones). Quizás esta fue la obra que mayor escándalo y controversia suscitó con la representación que el artista hizo de su cuerpo. En estos trabajos Morris presenta objetos físicos que continúan un proceso conceptual más que llegar a su culminación; en los que el artista reclama de alguna manera la participación del espectador³² (abrir la puerta y descubrir el secreto de su interior). Barbara Rose en la exposición de Morris en la Green Gallery, observó que había una relación en sus obras entre la fachada exterior, muy impersonal, y el espacio interior. Todas las especificaciones se consideran procesos de una expansión definitiva de la 'naturaleza', y las cosas que denotan un final.

La "Caja con el sonido de su construcción" ("The box with the sound of its own making") 1961 tiene un aspecto manufacturado y constituye el primer 'proceso de trabajo'. La obra de arte recuerda literalmente el proceso de su construcción, conteniendo detalladamente los sonidos. Interpreta en cierto modo un tiempo real en la experiencia del espectador, en una especie de versión extra-verbal de Duchamp. Otra obra del mismo período, "Card File" (1963) se orienta hacia un proceso similar, donde se inscriben en paneles que forman una torre vertical las fases de su construcción. Otra pieza de proceso sería "Metered buld" (1963). Una pequeña estructura donde se observa un proceso eléctrico con un contador y una bombilla.

La pequeña construcción "Pharmacy" (1962) surge al igual que otras obras bajo la influencia de Duchamp, concretamente de la obra "Rotative Demisphere" (1925) ejemplificando las situaciones de autismo descritas por Michelson (unos espejos circulares con dos frascos de farmacia, uno rojo y el otro verde). El imperativo lingüístico de Duchamp, junto con la cualidad mágica y a veces mutante de los objetos, la estrategia de reduplicación se hace inherente en "Pharmacy" de Morris (al igual que en posteriores piezas de espejos). Desde 1961 hasta cerca de 1964 se produce este período 'pre-minimal' en la obra de Morris, intervalo de tiempo en el que también produce cerca de dos docenas de objetos conteniendo reglas y unidades de medida, siendo exponentes de ello "Three Rules (yardsticks)" (1963) o "Swift night rules" (1963). En ciertos instantes los objetos de Duchamp proveen a Morris de un escenario adecuado para sus juegos teatrales, como "Fountain" (1963), quizás con un hilo conector desde el universo de Duchamp (obsérvese también "Bicycle Wheel" [1913] de Duchamp y "Wheels" [1963] de Morris).

2.2. Aportaciones a la época más netamente minimalista

A continuación se introdujo R. Morris en el entorno experimental de la escultura Minimal que compartía conjuntamente el mundo cognoscitivamente ambiguo de los performances de danza. La escultura comienza a ser austera, estática, compuesta con el vocabulario formal de los elementos geométricos. En los trabajos Minimal Morris se envolvía

³¹ Para su pintura también titulada "Litanies" (1961) Morris transcribe directamente las "Litanies of the Chairot" con tipografía versión Duchamp "Green Box", publicado en inglés en 1960.

³² Varios trabajos de Morris aluden a funciones simbólicas específicas, con la particularidad de una dominante física en las piezas.

en dos procesos; uno era el camino que disponía las hechuras y las formas en relación con el abastecimiento del espectador por los sistemas de información. La segunda vía consistía en la percepción de ese sistema por parte del espectador llegando al ‘gestalt’ que la obra contenía.

R. Morris expuso por vez primera esculturas reduccionistas que se acercan ya al Minimalismo en la Green Gallery en 1964, constituyendo un fenómeno de gran importancia en su tiempo. Anteriormente había realizado happenings sobre danza y expuestos algunos objetos cercanos al Pop en esta misma galería (1963-64). En la segunda muestra individual que Morris efectuó en dicha galería organizó en dos partes la sala. La primera incluía objetos cuasi-Pop con cierta memoria y recuerdo de Duchamp, mientras que en la segunda mostraba un total de siete objetos bajo la calificación de “Minimal Art”. Estas construcciones uniformes pintadas de gris adquieren sentido y función netamente espacial, alterando y estableciendo relaciones con el propio espacio rectangular de la galería mediante estos objetos completamente impersonales³³. La mayoría de las obras minimalistas se presentaban bajo el calificativo de “Sin título”. Morris ofrece explicaciones considerables respecto a su obra, recogidos en el comentario que casi es un manifiesto de su obra: “Notes on sculpture” publicado en 1966 y 1967. Morris establece diferencias entre la escultura y la pintura, eliminando algunas propiedades de ésta desde una perspectiva ‘óptico inmaterial y no contaminable’ que convierte la escultura en ‘formas unitarias’ proporcionando una autonomía rígida, partiendo de experiencias variables con la luz y el espacio, y con simples poliedros de ‘sensaciones gestálticas’ (unidades físicas conceptuales aplicando las relaciones ‘gestalt’ en los sólidos geométricos). La predominación de formas planas y lineales, la simetría y la rigidez son determinantes del requerimiento funcional que proviene de la industria y los materiales manufacturados. Una parte de la obra niega la continua estetización formal, pues ya ha prescrito este proceder. Las estructuras más severamente minimalistas de Morris fueron realizadas particularmente entre los años 1965-1968. De alguna manera se puede reclamar que aquellos prismas rectangulares corresponden remotamente a algún aspecto de Duchamp, aunque la producción temprana parece que ha estado estrechamente relacionada con Jasper Johns.

En muchas obras minimalistas ejecutadas por Morris o Judd, por ejemplo en las denominadas “L-Beams” de Morris (una apoyada en el suelo sobre una de las paredes de la pieza, otra colocada sobre el pavimento, mientras que la tercera descansa sobre los dos chaflanes que indican el borde del final), las variaciones, formas geométricas, rampas y elementos arquitectónicos entran en contacto y negocian con los ángulos, las esquinas y las paredes. Muchos de los materiales de las obras Minimal son utilizados en la industria, en procesos de fabricación, como las cajas galvanizadas de Judd o algunas piezas del propio Morris. Los artistas Minimal crean en ocasiones obras de cierto carácter monumental por su tamaño, lo que ha llevado a realizar entusiastas comparaciones con pirámides egipcias o zigurat babilónicos, por parte de ciertos sectores de la crítica americana. El oficio de los minimalistas se basa más bien en la denominada estética de la percepción individual y en su filosofía.

Otra de las obras conocidas de este período es la constituida por cubos con espejos. Planchas de cristal (espejo) sobre madera. La obra consiste en cuatro cubos de madera con cristales ensamblados a modo de espejo y apoyados sobre el suelo. El espacio que originariamente queda en medio de las cajas es equivalente al volumen combinado de los cuatro cubos, creando en su contemplación un diálogo con el espacio de la sala. Realizados en 1965 para la exposición del mismo año en el mes de febrero en la Green Gallery de New York, los destruyó inmediatamente después de la exposición porque entre otras cosas parece que no se adherían bien los espejos. Hubo, no obstante, tres o cuatro versiones posteriores, más probablemente tres, pues es su límite usual. La primera versión fabricada en Londres fue para la exposición de la Tate Gallery en 1971 (y a continuación fue re-fabricado con su permiso en 1976 ya en materiales más permanentes; espejos de 3 milímetros “sandersilver SQ” sobre cubos de madera “Aeroweb F”). Una versión ulterior del mismo tamaño y mayor perfeccionamiento fue fabricada en acero inoxidable (‘stainless steel’) para la Sonnabend Gallery de New York en 1974, aprovechando las ventajas de la larga perdurabilidad del acero inoxidable.

³³ En opinión de D. B. Kuspit, la escultura minimalista de Morris, incluidas las piezas de fieltro es tendenciosamente anti-temática.

En una disposición similar a los anteriores citados (cubos con espejos), estos se levantan levemente del suelo guardando una medida de medio centímetro. En los trabajos minimalistas de mediados de la década de 1960, Morris estaba interesado en el complejo proceso que envolvía la percepción del espectador con el objeto escultórico y el espacio a su alrededor³⁴. La dialéctica de la escultura durante esos años 60 promovió una expansión en los posteriores 70 del siglo XX con los espejos distorsionantes, laberintos y otras situaciones que requerían ya un desplazamiento físico.

4. ETAPAS POSTERIORES. Postminimalismo y décadas 1970-1980

“The crisis of the formalistic is periodic and perpetual, and for art to renew itself it must go outside itself, stop playing with the given forms and methods and find a new way of making”

Robert Morris, 1970

En 1967, un año después de las “Estructuras primarias”, aparece un artículo de Sol Lewitt: “Paragraphs on Conceptual Art” en *Artforum* que inmediatamente se convierte en una especie de manifiesto oficioso del arte conceptual. Describe el nuevo estilo de arte, de forma que en el arte conceptual la idea de concepto es el aspecto más importante del trabajo.

El aspecto a veces dual de la obra de Morris, desde lo conceptual y las formas reductivas, tuvo cierta influencia en la escultura de Walter de María o Carl André. En W. de María (1935) por ejemplo, es determinante la influencia de Morris, en sus primeras columnas y construcciones expuestas en la galería Johnson en 1965. Esta original obra escultórica de W. de María hace una particular concretización visual y verbal de las ideas abstractas. Las primeras obras tridimensionales de Judd, expuestas en la Green Gallery en 1964 incluyen relieves y obras de metal, construcciones en forma de cubo y objetos de plástico con secciones metálicas. Al contrario que Morris, Judd pocas veces nunca renuncia al color o a la textura.

Hacia 1967 la estética de las estructuras primarias no afecta de igual manera a todos los jóvenes escultores³⁵. En aquella época Maurice Tuchman preparaba la extraordinaria exposición de escultores americanos de la década de 1960 (American Sculpture of the Sixties) en el museo de arte de la ciudad de Los Angeles, al mismo tiempo que la nueva generación de escultores recibía la influencia general de R. Morris. Los ensayos de antiforma, “Anti-Form” se publicaron en *Artforum* en abril de 1968, que constituía una alteración en su estilo y un largo análisis en “9in a Warehouse” sobre la exposición influenciadora de su nueva tendencia. Esto tuvo una continuación con una exposición entre mayo y julio de 1969 en el Whitney Museum bajo la denominación de; “Anti-illusion, procedures and materials”.

Con la conexión de R. Rauchenberg a la compañía de danza Merce Cunningham, en gran parte del primer trabajo de Morris influyó Yvonne Rainer. Ciertamente, el prestigio de Y. Rainer en el postminimalismo es considerable, dentro de la danza y la filmación. Establecemos una similitud con Trisha Brown en “Accumulations”, danza basada en simples movimientos abstractos y sugestivos, como atributo de las propiedades visuales del arte. Junto a R. Morris podemos citar también a Linda Benglis, como partícipe de ese teatro conceptual de elevada abstracción (la utilización de la fotografía en las manifestaciones conceptuales). Benglis estaba, por otra parte, muy interesada por la mitología clásica, prueba de ello fueron algunas polaroids clasificables como pornográficas en un contexto cultural ambiguo, con un sentido de parodia o adoptando posturas helenísticas, a lo que acompañan algunas fotografías de R. Morris haciendo alusión a referencias de recientes cintas de video, en las que existe cierta influencia procedente del trabajo de Benglis. Invitaciones pedantes o carteles anunciadores como el de abril de 1974 para la exposición “S&M fantasy” en las galerías Leo Castelli y Sonnabend, que ciertamente no quedaron sin causar más de un ataque y repulsión por parte de otros artistas e intelectuales de la

³⁴ Las teorías minimalistas que relatan la percepción que encontramos en la ‘Gestaltpsychology’ (psicología de la ‘gestalt’).

³⁵ En tanto que el minimalismo sirvió para rehuir durante algún período de tiempo las excentricidades del Expresionismo Abstracto y del Pop, sobre todo en el panorama americano.

época. La proliferación de la imagería relacionada con el masoquismo junto con la aparición en los medios de ediciones sobre pornografía, feminismo y homosexualidad generó durante un tiempo en personalidades como Morris, Acconci, Benglis o Burton la idea de considerar ese material como elemento de materia prima potencial para el arte.

En el poster de 1974, la imagen de la figura encadenada tiene una dimensión sadomasoquista. El mismo aparece en una postura ‘clásica’ sadomasoquista en una referencia a la autoridad que se le asigna al artista para con la sociedad. Donald B. Kuspit, realiza una interpretación un tanto subjetiva al mismo tiempo que discutible. Intenta establecer algunas relaciones y argumenta que muchos de los trabajos de Morris, incluidos los laberintos y los espejos de distorsión³⁶, e incluso a veces las obras minimalistas y los procesos de trabajo, establecen relaciones sadomasoquistas con el observador participante, lo mismo que en el teatro, donde el artista domina al espectador masoquistamente³⁷.

Continuó trabajando en diversas series, siguiendo también con sus dibujos (Morris es un distinguido y consumado dibujante experimentado, al contrario por ejemplo que Farnk Stella), hasta llegar a producir cerca de 500 obras sobre papel desde 1970 a 1980. Continuó en sus investigaciones sobre escultura, desarrollando bastantes trabajos en fieltro durante la década. Creó algunos ‘Earthworks’ extendiendo en adelante su exploración a la inclusión de espejos en su trabajo (cosa que ya hiciera en 1965 con “Mirrored cubes”). Creó varios proyectos específicos e instalaciones. También durante los años 1970, continuó escribiendo periódicamente sobre arte.

Los variados tipos de trabajos de Morris parecen muy diferentes respecto a la forma y contenido, siendo sus diversas exploraciones sumamente interesantes englobando a la realización del artista con la percepción de los espectadores y consecuentemente las implicaciones teóricas y críticas con el proceso³⁸. Durante esta época R. Morris realizó dos interesantes trabajos incorporando sonido; “Hearing” (1972) y “Voice” (1974). “Hearing” consiste en una silla y una mesa junto con una cama y unas baterías conectadas a la mesa y a la cama. Una cinta de audio contiene tres horas de diálogo de varios contertulios sobre diversas cuestiones y reportajes referentes al pensamiento del artista y el siglo XX, recopilados a lo largo de varios meses. El espacio lo define el sonido. Como cita anteriormente Morris; es un trabajo de ambiente frío, articulado por el sonido, el cual marca el espacio física y psicológicamente (el diálogo se refiere ineludiblemente al espectador como miembro de la sociedad del siglo XX).

“Mesa y silla de Sydney Lewis” (“Table and chair for Sydney Lewis”) es de escala humana, una simple mesa y silla fabricadas con arreglo a las especificaciones del artista. El dibujo que acompaña a la pieza instruye el trabajo del señor Lewis al aire libre, cerca del mar, durante algunos meses al año. La escultura presenta el estado de Lewis sentado en la silla con sus manos apoyadas en la mesa sobre el cuaderno de notas (notebook). En frente suyo, sobre la mesa, se representa el área comprendida entre sus brazos y el block de notas. La dirección del dibujo presenta la forma que adquirirían sus brazos y el cuaderno al escribir sobre él. En esta obra el espectador es libre de circular entre la mesa y la silla, o sentarse en ella, siendo aquí el espectador participante directo en la continua evolución de la pieza.

A lo largo de los años 1960, R. Morris ocasionalmente incorporaba espejos en sus obras (“Cubos con espejos”)³⁹. Durante los 70, también utilizó espejos en algunas obras pero quizás con diferente objetivo. Realizó algunas instalaciones con espejos entre 1973 y 1978. Concretamente en 1978 escribió un artículo; “The present tense of space” que gira en torno a la percepción del espacio. El artículo ayuda considerablemente a la comprensión de algunos trabajos con espejos posteriores a 1975. La segunda instalación; “Untitled” 1975-76 consiste en

³⁶ Más cautelosamente Adorno articula la paradoja de Morris con sus observaciones acerca de la obra de los 60 y los 70 del siglo XX, que explora la disonancia entre arte y no-arte, incluyendo al espectador. En los espejos de distorsión, el espectador se identifica como arte, pues a causa de esa distorsión se convierte en ‘arte’. La sensualidad está generada a propósito de la ambigüedad, la dificultad de relacionar los opuestos.

³⁷ Anthony Storm recuerda que el sadomasoquismo es una forma de ‘pseudo-sex’.

³⁸ Los comentarios de Marcia Tucker en 1970 acerca de las semejanzas y diferencias de la obra Minimal de Morris respecto a las piezas de fieltro.

³⁹ O en “Threadwaste” (1968).

catorce espejos y ocho bases cuadradas de acero. Los soportes están suspendidos en forma rectangular y los espejos instalados a cada esquina de los cuadrados. Todos los componentes se sitúan al nivel de la visión. Morris fue invitado para crear una instalación al Portland Center for the Visual Arts en 1977 donde también utilizó espejos. Los visitantes observaron el espacio a su alrededor reflejado de forma múltiple. En esta obra Morris produce un espacio real a la vez que irreal, de naturaleza física y psicológica. Es quizás uno de los mejores ejemplos que recuerda la intención de Morris en “Present tense of space”. Finalmente en 1978 se embarcó en una nueva variante en su trabajo con los espejos, en procesos donde utilizaba irregulares sistemas de curvas onduladas. Esculturas muy complejas, de espacios circundantes confusos. Objetos extraños con metal galvanizado y espejos curvos que reflejaban infinitamente.

Realiza también instalaciones con tierra y diversos materiales, naturales o industriales, dispersos o amontonados, como “Continuous project altered daily” (1969). La sugestión del colapso y la dislocación de los cuerpos⁴⁰, y experiencias de acercamiento a los materiales. Siguiendo con sus investigaciones de la realidad, escribe un diario durante la realización de “Continuous project...”, un trabajo exterior en continua transformación, para el que utiliza tierra, agua, materiales tanto naturales como sintéticos y detritus. Sus notas se complementan con fotografías, testigos de varios estados del trabajo.

Mientras tanto la instalación “Voice” se presentó en la galería Leo Castelli. En un espacio dividido en cuatro secciones se colocan numerosas cajas recubiertas de fieltro, y en el que se puede escuchar tres horas y media de audio-montaje con monólogos, sonidos y silencios que invaden el espacio circundante. Siguiendo a Marcuse, Morris vuelve a M. Foucault en un afán de búsqueda de nuevos argumentos en sus investigaciones dentro de los preceptos de la modernidad. Morris estudia, de hecho, al final de la década de 70 “*Discipline and Punish. The Birth of the Prison*”⁴¹ de Foucault. Aquí se describe en términos históricos la utilización del orden geométrico en las modernas sociedades industriales, el incremento del control social y la productividad económica. En el arte americano de ese decenio (1970), las obras de ‘Land-art’ y ‘Earthworks’, sobre todo en la primera mitad de la década, se pueden considerar como una continuación lógica del Expresionismo Abstracto y por otra parte como formas emblemáticas del Minimalismo en lo que ambos aspiran a formas mayores y más avanzadas.

4.1. En la senda post-minimalista. Piezas de fieltro, obras de vapor y humo

Robert Morris acordó que la naturaleza básica del arte tridimensional es intercambiable desde la particularidad de las formas, las vías de disposición de los métodos de producción y la finalidad de la relevancia perceptual. Notó que la realidad misma del arte no tiene su límite definitivo en la obra acabada que asigna un elemento liberador de la energía desde la producción del objeto, y el proceso reclama la energía que conduce al cambio de percepción.

La publicación de Morris “Anti-form” que sigue a su exposición en 1967 en la galería Leo Castelli presenta otra alternativa a la “Estetización de la forma”. Consiste en composiciones inertes de fieltro gris colgados en la pared o bien apilados en el suelo al azar. Estos trabajos a priori no se relacionan tan fácilmente con el sistema conceptual que tenía establecido en sus objetos escultóricos, al tiempo que simultanea con la línea de las acciones de danza (dance-happenings). El primer comienzo partiendo de la austeridad exacta de los trabajos previos, confirma a Morris como un pionero del emergente proceso estético.

Alrededor de 1967-68 y después a lo largo de los años 1970-80 Morris realiza medio centenar de piezas de fieltro, en simple fieltro industrial. Morris cuelga las superficies de fieltro normalmente en la pared, y realizando cortes simétricos deja que se deslicen hasta el suelo a causa de la fuerza de gravedad en caprichosas formas dispuestas al azar. Se ha dicho que las piezas de fieltro dividen la obra mínima del artista en dos partes, las piezas Minimal

⁴⁰ Efectos que resaltan a continuación en su obra posterior de los años 80.

⁴¹ Maurice Burger, anota que Morris lee dicho trabajo “in the late seventies” en: *Labyrinths; Robert Morris, Minimalism and The 70s*, Harper and Row, New York, 1989. La obra de Foucault fue traducida al inglés por Alan Sheridan y publicada en 1977 por Vintage Books.

propiamente dichas, frías construcciones geométricas a veces de acero y las piezas de fieltro. El medio, en ambos casos, es la utilización de materiales industriales, no tradicionales. En las piezas de fieltro el proceso de disposición es muy directo, muy evidente temporal. Estas atrajeron la atención de otros artistas que también trabajaban con medios no tradicionales, pero a la vez ocasionó serias controversias y polémicas respecto al material utilizado, la concepción bi o tridimensional, temporal o permanente, a la vez que se cuestionaba cual era el límite del arte. Expresó su opinión sobre estos aspectos en el artículo que escribió en *Artforum* en 1970.

Tres años antes, es durante el verano de 1967 cuando corta sus primeras piezas de fieltro. Antes había realizado otras esculturas ‘blandas’ (principalmente con cuerdas). Cada una de estas constituida de un gran trozo de fieltro recortado. “El azahar es aceptado y la indeterminación está implícita puesto que a cada montaje aparece otra configuración. La indiferencia (despreocupación, despegue, alejamiento)⁴² de unas formas y ordenamiento preconcebido y establecido es una reivindicación positiva”⁴³. La obra de 1969-70 no existe sin reflexionar en las pinturas de Morris Louis en las que las bandas coloradas son en parte generadas por un efecto controlado de la gravedad y en las que la integración del soporte (tela o muro) son los puntos comunes. El análisis puede también ser trasladado sobre el proceso de trazado y de cortado, en el cual el resultado buscado es de no contener ni forma, ni de dividir rigurosamente las formas⁴⁴.

El empleo del fieltro colgante o a lo largo de los muros acaso está también destinado a fomentar irónicamente la rigidez, la angulosidad, la frialdad implacable de las obras Minimal. Por esencia, el fieltro es una materia natural, cálida que Beuys ha sido el primero en utilizarlo desde una perspectiva totalmente opuesta a la de Morris. Además estas piezas no están concebidas para invalidar todo juicio estético sobre los materiales y las formas, en una tentativa cuasi-didáctica de poner en crisis la idea misma de gusto y de ‘acto creador’. En una fase de experimentación, en 1969 (se interesa por la anti-forma a partir de esa data), Morris produjo trabajos como por ejemplo “Stream”, experiencias consistentes en obras de vapor proyectado en espacios vacíos. Las esculturas de humo con una forma geométrica aparecen justo después del Minimal y un poco antes de los laberintos y otros trabajos de mayor escala. Se preocupa mucho de que las piedras que sirven de sustento, tengan una forma geométrica considerable, para demostrar después la entropía⁴⁵ de la naturaleza⁴⁶. Nos encontramos ante una obra formalista, que contrasta con siguientes trabajos como los observatorios.

4.2. Laberintos. La obra accede a al paisaje, desde el espacio interior al enclave territorial

En los laberintos Morris daba nombre a un dualismo estratégico, que suponía la unión al mismo tiempo de lo mental y lo visual. En los laberintos eliminaba la coordinación entre lo visual y lo perceptual, procurando una dualidad mediática empirista del cuerpo y de la mente. Así, en -ert “Labyrinth” (1974) –o en las construcciones de espejos– existe una alusión teatral y cuasi-infinita al espacio exterior. Una experiencia del espacio combinada con el movimiento en su interior, siendo en general inseparables el sentido de teatralidad y el de infinito⁴⁷.

El proyecto del laberinto fue resultado de sus ideas respecto a la conducta de la creación del arte y la percepción artística. Resalta un laberinto circular, fabricado bajo la supervisión e indicaciones del artista para la exposición “Robert Morris; Projects” en el instituto de arte contemporáneo de la Universidad de Pensylvania. La obra tiene una altura de 8 pies y 30 pies de diámetro. El gris plano del exterior, desprovisto de adornos, recuerda las obras iniciales del

⁴² Del francés *détachement*.

⁴³ Morris, R. “Antiform”, *Artforum*, New York, abril 1968.

⁴⁴ Piezas de fieltro; 1969-70, 1971-73.

⁴⁵ Término y a la vez fenómeno, sobre el cual trabajan y reflexionan algunos de los contemporáneos de Morris, como es el caso de R. Smithson, ya dentro del Land Art. Smithson, R. “La entropía y los nuevos monumentos”, en: *Artforum*, 1966.

⁴⁶ Desde el orden de la geometría se pasa al desorden y carácter efímero del vapor.

⁴⁷ El “Observatorio” (1971) y “Visión desde el ángulo de Orion” (“View from a corner of Orion”, 1980) son más explícitos en perspectiva cósmica. En sus ensayos “Aligned with Nazca” describe sus experiencias del arte mediante el espectador desde el espacio exterior, desde el amplio cosmos.

Minimal, particularmente la “Sin título” (“Untitled”) de 1965, en fibra de vidrio, mucho más pequeño que el laberinto (2 pies de alto y 10 de diámetro), pero también circular y gris. La obra citada se disecciona en dos bandas donde la luz recorre directamente el círculo. Ambas obras están resueltas en forma circular, aunque no son similares en contenido. La de 1965 provee al espectador de un sistema de información revelador del ‘gestalt’, mientras que el laberinto confunde al espectador. Al proyecto le precedieron en 1973 y 1974 diversos dibujos de laberintos en forma de círculos, cuadrados, triángulos y rombos. La idea del artista se completa con la desorientación espacial del espectador a lo largo de toda la obra. Un espacio desorientador que llega a su culminación en la parte central de la obra. Por otra parte, se plantea una confrontación espacial entre las personas que circulan en direcciones opuestas (hacia el centro, y desde el centro hacia el exterior). Morris discute sobre estos contextos espaciales en el artículo “Aligned with Nazca”, justo de esa época. Los “Labyrinths” junto con las series de dibujos referentes a estas obras y los concebidos en años posteriores: “In the realm of the carceral” (1978) constituyen referencias directas y puntos de reflexión sobre los sistemas de opresión, sustraídos de los estudios de M. Foucault y otras posiciones teóricas (Chomsky, Wittgenstein...). Después del tradicional círculo y los cuadrados basados en ejemplos ancestrales, Morris crea un laberinto rectilíneo triangular en un espacio abierto en medio de los árboles, aunque esta construcción arquitectónica se encuentra neutralmente separada de la naturaleza mediante cierres/aberturas.

4.3. *Earthworks. ‘Trabajos de Tierra’ y Observatorios*

En 1969 concurren sus obras de fieltro con una serie de dibujos que venía realizando en los que reflejaba su interés por algunos proyectos de gran tamaño en los que exploraba la relación física e intelectual del individuo con la naturaleza. La tierra, o el cielo, ofrecían oportunidades a esos proyectos artísticos y estados de percepción. Muchos dibujos se incluyeron en la exhibición sobre sus trabajos artísticos en 1970; “Ottawa project” junto con “Project for a war memorial” también en 1970. Algunos trabajos de principios de los 70 fueron el “Observatorio” y “Grand Rapids project” (1973-74). En contraste con R. Morris, Smithson no situaba piezas permanentes. Morris acompañó a Smithson en la expedición Pine Barren y realizó su primer ‘Earthwork’ en 1968 para la exposición en la Dwan Gallery, y la segunda en 1969. Ambas piezas, según el crítico M. Tucker existen solamente en el tiempo presente. Desde el momento en que se levanten o trasladen (del sitio, del lugar) supondría su destrucción total. El proceso de Morris está orientado hacia unas piezas que representan un intento de expansión de un área y la posibilidad de incluir un almacén físico concediendo o permitiendo cierto desorden e informalidad.

Los ‘earthworks’⁴⁸ de R. Morris envuelven motivos de composición colectivos y sintéticos. Durante el verano de 1971 en Holanda, Morris ejecutó un enorme trabajo que denominó “Observatorio” (“Observatory”). Concéntrico, circular, formando una especie de canales alrededor y orientado hacia el equinoccio solar⁴⁹. Morris escribió que el observatorio es un ‘Earthwork’, y no un instrumento científico. Un cerco, un coto cerrado y a la vez abierto. Se utilizan la tierra, el cielo y el agua. Algunas cualidades esculturales de los ‘earthworks’ aluden quizás remotamente a ciertas estructuras y construcciones complejas orientales y del Neolítico.

Dicho observatorio es una original construcción para la exhibición “Sonsbeek’71” de Arnhem, en los Países Bajos (Netherlands). Subsiguientemente fue destruido y reconstruido al noroeste de Amsterdam, en Oostelijk Flevoland. Una gran obra circular de unos 300 pies de diámetro. El crítico Bruce Kurtz ayudó a caracterizar la obra con sus comentarios.

Algunos de los ‘earthworks’ construidos durante 1970 están recogidos en escritos del artista sobre el espacio y la percepción, sobre todo en los artículos de 1977; “Aligned with

⁴⁸ Se podría traducir como; ‘trabajos de tierra’.

⁴⁹ Surge un ligero recuerdo que quizás no haya que concederle más atención de la que se merece el símil anecdótico, con algunas cruces de Caspar David Friedrich, en plena época romántica, como “La cruz de la montaña”.

Nazca”, después de haber visitado las misteriosas marcas y dibujos en el altiplano de Perú (que se observan desde las aeronaves y en fotografías aéreas). Obviamente el observatorio tiene que ver con Nazca, pero también con Stonehenge u otras expresiones primitivas que probablemente establecían una relación primitiva del ser humano con la naturaleza-paisaje. La obra activa una experiencia con el espectador. Otro observatorio parejo encontramos en Inglaterra, concretamente cerca del Cromlech de Stonehenge. En esta obra hay un análisis pormenorizado para que no se pueda contemplar nada más que el cielo, una vez introducidos en su interior.

Encontramos dificultades a la hora de categorizar y clasificar estos trabajos, puesto que aunque constituyen intervenciones en un entorno natural (landscape), no se pueden quizás catalogar como Land-Art⁵⁰. El observatorio asume un carácter de alguna manera anómalo, de configuración ritualista y misteriosa, creando una confrontación psicológica con el espectador moderno que no está del todo preparado e ‘iniciado’ en estos usos.

La evolución vertical y delimitación antropomórfica de la horizontalidad indeterminada de los ‘earthworks’ y el proceso artístico se han identificado como manifestaciones de los significativos cambios/transformaciones y alteraciones en la vida y actitudes postmodernas.

En la obra “Grand Rapids project” (1973-74) también se utilizan líneas y rampas, que tienen que ver acaso con la discusión suscitada a propósito de los trazados de Nazca. La obra es al mismo tiempo única en su género y características en América, que se encuentra situada en un área urbana, en Belknap Park, Grand Rapids, Michigan. Contiene dos grandes rampas de asfalto que forman una X. John Beardsley escribía en “Probing the earth; contemporary land project”, que la obra requiere una experiencia física, directa y clarificadora. Si el observatorio estaba encarado a una identificación entre el espectador y la obra, en este caso la conducta perceptual del observador se convierte en parte del contenido de la obra.

En los ‘earthworks’ se palpa una confrontación entre el tiempo humano y el tiempo cósmico, el cual encuentra su culminación en los “Observatory” (1971-77). Primeros proyectos ambiciosos a gran escala evocando la memoria de realizaciones de civilizaciones egipcias u orientales. El observatorio se designa sobre la visión aérea dentro de una perspectiva espacial⁵¹.

5. LOS AÑOS 80 DEL SIGLO XX. Últimas tendencias marcadas por el cambio

“Los relieves de Morris son como performances de la muerte. Los nuevos trabajos constituyen presumiblemente gigantescos sucesos de la imaginación”.

Donald B. Kuspit.

“Es imposible ignorar los marcos que rodean los pasteles de Morris; su presencia ostentosa, sus dimensiones monumentales y su prolifera iconografía”.

Didier Ottinger. “Apocalypse Now”

Sus nuevos trabajos aparecidos hacia 1980 rompen aparentemente toda estética anterior. Esqueletos, calaveras, relieves y más recientemente ‘tormentas de fuego’ (Firestorms)⁵² u holocaustos nucleares. En su trabajo monumental de 1984, continúa de algún modo la escultura –medio del que se ha valido durante largo tiempo– junto con la pintura y la arquitectura en nuevas composiciones artísticas, que culminan en sus obras “Enterprise” y “The Astronomer”.

El crítico de arte E. Fry compone una alabanza a este ‘magnífico’ período en la obra de Morris, asegurando que en su opinión la obra “Enterprise” constituye hasta ahora el más brillante trabajo en toda la carrera artística de Morris. Añade Fry un fragmento que titula “La tragedia de la Ilustración” (Enlightenment) donde analiza de alguna manera la situación de la vida, la sociedad y el arte americano durante ese “Período radical del neo-modernismo”. Los años de la post-metafísica y postmodernidad que caracterizan la secularización y la pérdida de

⁵⁰ Podemos hacer la misma observación respecto a los laberintos. Es lícito hacer mención a un artista próximo y contemporáneo de Morris, enmarcado concretamente en el susodicho estilo Land-Art ; R. Smithson y su célebre obra “Spiral Jetty” (1970).

⁵¹ “Aligned with Nazca”, *Artforum*, 1975.

⁵² Otra posible traducción podría ser ‘llamaradas’.

valores en las sociedades burguesas industrializadas y ‘democráticas’ de occidente, llegando en ocasiones a la desaparición de toda memoria y tradición histórica⁵³ (dando lugar a la invención o resurgimiento de viejas utopías, sectas extremistas u otros sustitutos espirituales). En toda esta amalgama surrealista de simulacros y contradicciones intenta enmarcar la obra de Morris que implica a su entender una visión ‘turneresca’ de lo neo-sublime aparte de una visión personal de la apocalipsis. (“Apocalypse Now” en referencia al conocido filme del mismo título). La estrategia de la ironía, remarcando en ocasiones la intensidad de lo anti-sublime, o la anti-sublimidad como prefacio de una sublimidad apocalíptica, (aunque Morris no es tampoco demasiado alusivo a lo sublime) especialmente en la mentalidad colectiva americana, conjuntamente con alguna inclusión espontánea y metafórica en los mundos de la política, la ciencia o el poder⁵⁴.

La tecno-ciencia al servicio de la dominación y el potencial peligro de holocausto nuclear⁵⁵ se convierten así en prominentes compromisos en el trabajo de Morris. La estética de la modernidad que implica la exploración de las posibilidades del arte, inmediatamente después de las jerarquías de la tradición pre-moderna, y paralelamente a las experiencias del cuerpo y de la mente⁵⁶ con la inteligencia humana dirigida a la exploración del interior del individuo (que encuentra quizás sus precedentes en la estética americana de la modernidad hacia 1948 con Jackson Pollock). Hay que añadir las condiciones culturales y epistemológicas de la postmodernidad, de manera que según Fry, Morris es uno de los únicos artistas americanos desde Pollock que ha intentado explorar ambos aspectos de la citada dualidad entre cuerpo y mente, y sus interrelaciones. La nueva dirección que adquiere la obra de Morris a partir de los 70 del siglo XX, puede resultar incomprensible (más aun para el observador que simpatiza con su anterior trabajo)⁵⁷. El momento fundamental fue sobre todo su instalación en 1980 “Study for a view from the corner of Orion”. Constituye un trabajo en dos partes; ‘el día’ y ‘la noche’ (otras instalaciones se refieren al espacio, siguiendo las inspiraciones de Bernini o Alexander VII). En dicho trabajo tres elementos subyacen simultáneamente; la referencia a la extensión y escala del universo, el tema de la muerte mediante la utilización de esqueletos humanos suspendidos en el aire (subrayando quizás la intrascendencia de la condición humana) y una evocación concisa a la contra-reforma religiosa ortodoxa de Bernini (inviertiendo irónicamente la anti-trascendencia en Morris) como contrapunto al barroquismo del espacio-tiempo infinito.

A lo largo de extensas series a modo de composiciones estructurales, parte pintura, parte relieve o escultura con armazones y bases arquitectónicas, gira en torno a una pintura derivada de sus dibujos “Firestorms”, introducidos en soportes que contienen relieves de cuerpos, calaveras, extremidades, detritus humanos con órganos corporales y diversos elementos en una amalgama lasciva y apocalíptica. Para Donald Kuspit. R. Morris ha vuelto en espíritu al instante de la primera explosión atómica el 16 de Julio de 1945, en su monumental “Jornada del muerto” (1981) (“Journey of death”). Un evento apocalíptico que evoca inevitablemente ideas escatológicas. Estos desastres nucleares se convierten en predicciones o premoniciones sobre la muerte en los trabajos de los años 1980, que generan en Morris una ansiedad sobre su destino que conecta a veces explícitamente con el mundo verdadero. Al igual que Oppenheim, recuerda la implicación existencial del poder atómico en el trauma de la explosión. Estos trabajos en ocasiones se refieren a momentos de cambio drástico y/o predicen hecatombes futuras. “The history of Los Álamos” consiste en esqueletos situados a horcajadas de misiles nucleares.

En los trabajos de extinción nuclear, aparece una imagen central del explosivo, junto con las cabezas de la muerte que en ocasiones rebosando el soporte se adentran grotescamente en la imagen central, como un proceso de desintegración y metamorfosis que invade la pintura.

⁵³ En la era de la tecno-ciencia, lo imaginario y lo simbólico caen bajo su poder; la realidad se convierte en simulacro, en hiperealidad. Lo único que le resta al arte y a los artistas es intentar rescatar, recuperar y restaurar el espacio de lo real, el intervalo.

⁵⁴ En aquel tiempo estaban también en vigor las teorías del conocido filósofo y sociólogo Jürgen Habermass. sobre la modernidad y el tardo-capitalismo o capitalismo decadente en las sociedades tecnócratas.

⁵⁵ Nos encontramos en los últimos años de la ‘guerra fría’.

⁵⁶ El dualismo empírico entre cuerpo y mente en el protestantismo moderno.

⁵⁷ Al mismo tiempo que el mundo del arte americano se instrumentalizaba rápidamente, expandiéndose en operaciones de marketing y publicidad, ilustraciones e imagería propagandística (junto con la crisis en la estética moderna o con algunas tendencias decorativas en los trabajos postmodernistas de la década de los 80).

Los colores de Morris se vuelven ‘turnerescos’, por su fluidez en general, junto con el aspecto barroquizante de algunas obras. Un signo residual del sentimentalismo ‘humanístico’ en consonancia con la naturaleza, en el sentido quizás de Friedrich Schiller, relacionado con la naturaleza idealizada. Una naturaleza no tan sentimentalizada, humanizada como en la forma de lo pictórico (Turner, Art Nouveau o Barroco) sino una realidad más transhumana e inhumana. El espectáculo de Morris determina el microcosmos humano (Annette Michelson argumentaba que a Morris le gustaban Richard Wagner y J. Cage). En trabajos como la “Jornada del muerto” o algunas series “Firestorms” aparte de los holocaustos nucleares también alude a otros eventos reales como la Segunda Guerra Mundial, el bombardeo de Dresde o la bomba atómica de Hiroshima, que presagia un final nuclear, fabuloso en escala y proporciones. Las obras de Morris muestran una consideración verdadera de la muerte, la muerte que al fin y al cabo triunfa en toda guerra inseparablemente de que se utilicen armas atómicas o no.

Los trabajos de la extinción nuclear de Morris aparecen ‘necesariamente’ (necessarily) fragmentados. Se diferencian partes bi y tridimensionales como signo de la dominación de la muerte, que no únicamente constituye una simple indicación de la deconstrucción intelectual por el literal potencial destructor. Sus trabajos son acciones fuertemente enunciativas donde articula brillantemente la unidad y la desintegración-integración, destrucción-creación.

El “Cenotafio” (“Cenotaph”) de Morris (1979-80) continua con el concepto de ensamblación de estructuras. La preocupación narcisista de la muerte, se proyecta a gran escala en el mausoleo propuesto (donde se combina también texto con imagen) que tiene hasta cierto punto ese mismo carácter jocoso y bromista de “I-box” o los posters, y mucho de lo que Morris ha escrito y trabajado. Como en los laberintos y espejos distorsionables; una trampa cómica.

Como precedentes de estos trabajos podemos citar las tres series que constituyen “Blind time” (1973, 76 y 85), los dibujos “Firestorms” o los trabajos de “Burning planet”. Morris refleja el proceso entrópico de la destrucción del mundo. El arte se convierte en vía de aceptación del destino humano. El contenido de “Burning planet” presenta y articula la ansiedad de la posibilidad histórica de un desastre nuclear, al mismo tiempo que se crea una anti-utopía anti-historicista. La entropía es paradójica. El material de algunos trabajos de Morris tiene un aspecto prominentemente inmaterial. Las series “Burning planet” ‘promueven’ la desmaterialización. La catástrofe de la substancia humana se vuelve insustancial, como ocurre en el “Mijuki Bridge” en Hiroshima (“Jornada del muerto”).

Morris realizó el primer hidrocarburo (hydrocal) en 1982. Los objetos estaban contruidos previamente en yeso o escayola (plaster), con el vaciado resultante en hidrocarburo invirtiendo la impresión negativa en relieves positivos. Morris utiliza imágenes de restos humanos para conferir el aspecto de una visión caótica, un gran desastre fosilizado, una devastación apocalíptica. El título “Hypnerotomachia” recuerda un romance de la prosa italiana, “Hypnerotomachia Polifhili”, concretamente la novela publicada en 1499, del arquitecto italiano Francesco Coloma. Relata una historia apocalíptica a la vez que describe detalladamente la mayor destrucción y sacrificio humano⁵⁸. El romance recaba en el pasado de la alquimia, de edificios derruidos y cuerpos desmembrados, que tienen ciertas analogías con el género de estas últimas obras concernientes a Morris. El aspecto pictórico de estas obras sorprende, comparando con el arte tridimensional realizado fundamentalmente en los años 1960. En los trabajos de los 80, el proceso de creación de Morris concierne casi a su opuesto; la destrucción. Un nuevo punto de vista refrendado por el caos que sus primeras series de relieves presentan⁵⁹. Los soportes que Morris realiza en 1983 marcan una diferencia respecto a las series de “Hypnerotomachia”. En este caso Morris emplea una simetría bilateral y rítmica, que disminuye notablemente la sensación caótica. Los dibujos bidimensionales están incorporados en el hidrocarburo. El soporte de hidrocarburo adquiere gran importancia a la vez que es parte contenedora de la obra de arte. A veces se incorporan dibujos que tienen aspecto de escenas propias del Barroco o del Renacimiento. Morris se interesa en la percepción del arte mediante

⁵⁸ Los hidrocarburos “Hypnerotomachia” y los cuadros/marcos contenedores de las pinturas “Fathers and sons” (“Padres e hijos”). (1955-83).

⁵⁹ Recordemos la mención que hace Morris sobre los relieves en sus “Notas sobre escultura” de 1966.

los sentidos, siendo evidentes el proceso de la obra de arte y la idea del tiempo a lo largo de toda su carrera.

La primera serie de “Blind time” (“Blind time I”) data de 1973. En épocas anteriores, los dibujos de Morris comprendían diagramas y esquemas para esculturas. Con “Blind time” en cambio necesita realizar dibujos que relatan sus nuevas experiencias y especificaciones propias. En los 98 ejemplos de las series, muchos están divididos en mitades simétricas y usualmente introduce anotaciones a lápiz en las imágenes, incorporando la diferencia entre el tiempo de realización del trabajo y la estimación originaria. En 1976 realizó el proyecto “Blind time-II”, mientras que las series “Blind time-III” tienen una diferencia de cerca de diez años. Se basan en la misma estructura técnica y también se acompañan de diversos textos sobre-dictados de filosofía y física, relatando especialmente el sentido de la percepción y nuestra noción de realidad, que es interpretado por el artista⁶⁰. Morris hace referencia a la transición desde la forma ‘newtoniana’ de entender el mundo, basada en el principio de causalidad, al mundo ‘einsteiniano’ de la relatividad. También existen referencias a la teoría cuántica electrodinámico de Richard Phillips Feynman, que hipotetiza sobre la interacción de los electrones (su diagrama de la aniquilación de las dos partículas es utilizada gráficamente aquí por Morris). Escribe también Morris sobre la metáfora relacionada con nuestro sentido del tiempo continuo. Emplea simbología de la realidad históricamente construida (nexos de lenguaje, tradición y cultura).

Se presenta el diagrama acorde con el físico John Archibald Wheeler sobre la visión del universo, que consiste en un universo visto desde la perspectiva de la letra “U”, comienza inmediatamente después del Big-bang, Hipotetizando sobre la perspectiva del universo presentada por Wheeler a modo de espiral cósmica. En los “Blind time” Morris crea así nebulosas informes (unformed) en un estado caótico (el comienzo del universo). Se expresa de alguna manera el interés filosófico del artista que habla de las teorías físicas.

Durante 1983 Morris completa dos grupos de pinturas multi-panel de amplia escala, las series “Firestorm” y “Psychomachia” (“Psychomachia se refiere a un poema latino de Prudentius). Dichas series representan a la humanidad suspendida en el mundo de la abstracción inmerso en un espacio bidimensional, explosivo y caótico (similar a otras series de pastel e hidrocarburo). Las pinturas envuelven al espectador en una erupcionante atmósfera de fuego y cataclismos, con elementos figurativos y geométricos, arquitecturas sugestivas que cruzan el espacio vertical y horizontalmente. Morris hace uso de varias técnicas simultáneamente, finas líneas y detalles combinados con tonalidades armoniosas. Los contrastes, el claroscuro del sfumato proporcionan un resultado de cualidades escultóricas que hace gala de su barroquismo. Morris explota los límites del material y de la técnica. El futuro que se revela en el poder industrial y las máquinas de guerra, atrae y a la vez repele a Morris, que se percata de la enorme capacidad bélica del siglo XX. La noción de futuro se despersonaliza aquí, que no es ya un individuo determinado ni una humanidad concreta. Las partes de calaveras y estructuras esqueléticas, tienen una extraordinaria similitud a las imágenes del cuerpo humano que se obtienen mediante rayos-X (en consonancia con los rayos-X de Rauschenberg o las placas solarizadas del Man Ray). Hay que añadir que las pinturas “Psychomachia” y “Firestorm” preceden a los trabajos de hidrocarburos y pastel, donde encontramos quizás una función equivalente de las estructuras laberínticas de los soportes.

En la conmemoración del fallecimiento del padre del artista, “On the Death of my Father”, ocurre un punto de inflexión en su carrera al introducir el instante de la muerte (“memento mori”), recuerdo tradicional de la inevitable muerte y símbolo moral de la vanidad humana. Utiliza elementos esculturales que aparentan la devastación y desorden de años previos en las series y relieves referentes a “Hypnerotomachia”, que ahora se formalizan en elementos simétricos de composiciones vigorosamente enérgicas (la decoración sinuosa y abundante recuerda los estilos del Art-Nouveau). La fuerza de separación es determinante,

⁶⁰ Albert Einstein propone que la realidad es el límite de nuestra percepción. El espacio y el tiempo son formas de la intuición que no poseen una realidad objetivable, sino que existen relativamente solo en nuestra propia percepción. Dentro de la regla y/o teoría general de la relatividad.

separación entre la vida y la muerte, el padre y el hijo, la existencia y la no-existencia. Es una ruptura que no se puede restaurar⁶¹. La velocidad y el movimiento del tradicional ‘memento mori’ refleja el temor por la contemplación de la posible destrucción del universo mediante un holocausto nuclear y alude a un eventual proceso de naturaleza apocalíptica. Las partes de los cuerpos se dispersan mediante fuerzas lineales y se mueven con una velocidad atómica, en una evidencia visual que Morris añade a la teoría de Einstein sobre la conversión de la materia en energía. El universo quizás progresa hacia el ‘ultimatum’ de la ‘carrera de la muerte’, condición de máxima entropía de acuerdo con la termodinámica. Morris contempla anonadado esa implosión del universo.

La historia habla de un imperativo tecnológico, que domina la humanidad y determina las guerras, al igual que cuando Alemania y Japón comenzaron las conversaciones de paz, en Agosto de 1945 después de las primeras bombas atómicas de Hiroshima y Nagasaki (la contribución determinante del físico Ernest Lawrence a la energía atómica, eslabón que posibilitó a J. Robert Oppenheim la construcción de la bomba atómica, lejos de las iniciales aplicaciones médicas que se le auguraban a la física nuclear, particularmente en tratamientos contra el cáncer). Morris introdujo anotaciones en 1981 en su *Restless Sleepers/Atomic-Shouds*, tradición que perduró también durante los años venideros con textos del cuaderno de notas del físico Ted Taylor describiendo los efectos de las explosiones de bombas atómicas.

En 1981-82 con la llegada de las pinturas monumentales multipartitas “Hypnerotomachia” y “Firestorm” (1983) el artista reorganizó su interés combinando el disparate visual y los elementos materiales, junto con lo antiguo y lo nuevo mediante sus combinaciones de las pinturas de 1955 con los relieves de 1982-83. Desde 1983 a 1984 Morris completó más de una docena de trabajos incorporando colores al pastel en soportes de ‘hydrocal’. La combinación y variedad visual de los elementos con la densidad de escalas proporciona al espectador una visión simultánea de la gran pintura, junto con el entorno circundante de la pieza. Los soportes escultóricos (más bien relieves) y las pinturas al pastel en dichas series son visual y estructuralmente independientes. Los trabajos se convierten así en sumamente complejos a la vez que ricos en detalles específicos e iconográficos. Estos trabajos son en general menos propagandísticos y menos retóricos que sus piezas sobre los relatos de la guerra y la muerte⁶². Morris crea símbolos universalmente poderosos, bastante más que ‘logos’ o caricaturas. Estos trabajos también se encuentran subdivididos en tres grupos separados. En el primer grupo se presentan composiciones rectangulares y relativamente simples, con soportes continuos e ininterrumpidos. En ellos, la relación entre la base y la pintura no es específica. La base aparece separada, como un elemento de relieve escultórico donde se instala el dibujo al pastel. En el segundo grupo, están divididos horizontalmente en ambas partes; de la composición superior e inferior y los soportes en el grado correspondiente, emplazan una línea de horizonte artificial, que no separa el cielo y la tierra, sino que divide el arremolinamiento atmosférico de las llamaradas. En el tercer grupo, las interrelaciones se vuelven más complejas, donde a veces son evidentes los patrones lineales y los elementos figurativos que ‘sobresalen’ de los soportes.

El nuevo formato, encara al artista a trabajar con acuarela, material que le interesó durante bastante tiempo. Mediante la acuarela Morris crea un ambiente oscuro nocturno, sobre el cual el pastel interpone la eclosión de luz y color. Morris explora subsiguientemente la relación entre la escultura (el relieve) y la pintura. En los soportes se representa la devastación de los humanos después de las llamaradas o explosiones nucleares. En ocasiones, el texto incluido en las bases identifica específicos eventos históricos. Encontramos una menor y más moderada iconografía social o política en estos trabajos, de los precedentes históricos que forman la imagería de Morris. Los pasteles, en particular, son considerados más como una tradición abstracta de lo sublime que como representaciones del holocausto. La imagen central es la descripción del ‘fenómena’ (phenomena) natural (como los pintores que utilizaban la

⁶¹ Estos trabajos coinciden con la utilización de soportes de yeso o escayola en donde colocaba algunas de sus pinturas de 1955 provenientes más bien del Expresionismo Abstracto.

⁶² Por ejemplo; “Jornada del muerto. La historia natural de Los Alamos” (“The natural history of Los Alamos”).

naturaleza y los símbolos del alma humana; los iluministas americanos del siglo pasado como Thomas Cole, Frederic E. Church, o Albert Pinkham Ryder. El pastel toma a veces cualidades similares a las de los artistas románticos del XIX). En la construcción tripartita “The Anthropic Witness” se describe de nuevo el concepto del físico J. A. Wheeler⁶³, momento en que se observa el cataclismo del universo. Esa observación hace tangible la realidad primera de los días de creación del universo (de acuerdo con las teorías del Big-bang, que indican un momento caótico y violento). Aquí se observa ese preciso instante.

Finalmente las series “Continuities” comienzan en 1988, y las “Conundrums” e “Investigations” en 1989 y 1990 respectivamente⁶⁴. Expuso algunas obras en la Corcoran Gallery de Washington en 1990. Los trabajos “Ambassadors (Improvident/ Decisive/ Determined/ Lazy)” también son de 1990. A lo largo de las imágenes sobre la vanidad, se recurre al tema de Saturno directamente inspirado en Goya: “Saturno devorando a su hijo”. También encontramos referencias a Goya en “Enthusiestic for the ratio” (1989) caracterizado en una criatura medio humana semi-monstruosa extraída de los “Caprichos” goyescos (esta obra se ha considerado como una versión revisada de “I-box”, de 1962). En definitiva, parece que a lo largo de la amplia carrera artística de Morris, ha habido etapas de fuertes contrastes que determinan vías de trabajo y creación casi contradictorias, pero que una observación más próxima y minuciosa revela acaso que la idea establecida a priori no es tal, sino que todo forma parte de un concreto proceso. La vida artística de Robert Morris nos depara un desarrollo que comienza en los mediados de 1950, quizás con un prudente Expresionismo Abstracto (fruto de la influencia de la época) que tiende hacia el ya consumado y bien establecido Formalismo en la década siguiente encontrando sus precedentes en un breve período pre-Minimal. A partir de ahí, un giro postminimalista envuelve su obra durante algún tiempo en los 70 del s. XX, hasta llegar a las tendencias posteriores a comienzos de los 80, donde se hace de nuevo presente otra forma de índole expresionista; nada menos que una ‘sorprendente deriva del Minimalismo’ como culmen de su dilatada trayectoria.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS. Fuentes documentales utilizadas

6.1. Bibliografía específica (Robert Morris)

- BERGER, Maurice, *Labyrinths. Robert Morris, Minimalism, and the 1960s*, Icon, 1989.
- F. FRY, Edward & P. KUSPIT, Donald. *Robert Morris. Works of Eighties*, Museum of Contemporary Art, Chicago, Illinois, Newport Harbor Art Museum, California, 1986.
- MAYO, Marti. *Robert Morris. Selected Works 1970-1980* (december 12, 1981 - february 14, 1982), Contemporary Arts Museum, Houston, Texas, 1981.
- MORRIS, Robert. *Continuous Project Altered Daily*, Cambridge, Mit press, cop 1993.
- MORRIS, Robert. *Esculturari buruzko apunteak/Apuntes sobre escultura/Notes on sculpture*, 1ª parte; *Artforum*, febrero 1966. 2ª parte; *Artforum*, octubre 1966. Edición basada en; *Minimal Art. A Critical Anthology*. Dutton, New York, 1968, G. Battcock.
- MORRIS, Robert. *The Mind/Body problem*, Solomon R. Guggenheim Museum, Soho, January - april, 1994, Guggenheim Museum Publications, New York, 1994.
- VV.AA. *Robert Morris*, Catálogo Centro Georges Pompidou, Paris, 1995.

6.2. Bibliografía genérica (época y tendencias artísticas)

- ANDERSEN, Wayne. *American Sculpture in Process 1930/1970*, New York Graphic Society, Boston, Massachusetts, 1975.
- BAKER, Kenneth. *Minimalism. Art of Circunstance*, Abbeville press, New York, 1988.

⁶³ Ver; “Blind time”.

⁶⁴ Realiza también relieves pictórico-escultóricos dominando el espacio para la documenta Kassel, 1987.

- BARAÑANO, Kosme de. *Arte Minimal*, Diputación provincial de Granada, 1994.
- BATTCKOCK, Gregory. *Minimal Art. A Critical Anthology*, Dutton, New York, 1968.
- BUSCH, Julie M. *A decade of Sculpture. The New Media in 1960s*, Associated University presses, Crambury, New Jersey, 1974.
- COLPITT, Frances. *Minimal Art; the Critical Perspective*, University of Washington Press, Seattle, 1993.
- GLASER, Bruce. "Entrevista a Stella y Judd". Editado por Lucy Lippard y publicado en *Art News*, 1966 y posteriormente en *Minimal Art. A Critical Anthology*, reunida por Gregory Battcock, E. P. Dutton & co, 1968.
- JUDD, Donald. "Objetos Específicos" ("Specific Objects"), *Arts Yearbook*-8, 1965.
- MARCHAN FIZ, Simon. *Del Arte Objetual al Arte del Concepto. Las Artes Plásticas desde 1960*, Editor Alberto Corazón, Madrid, 1974.
- MARCHAN FIZ, Simon. *Kuboaren Historia. Minimal Art eta Fenomenologia (La Historia del cubo, Minimal Art y Fenomenología)*, REKALDE, Bilbao, 1994.
- PINCUS WITTEN, Robert. *Postminimalism into Maximalism. American Art, 1966-1986*. U.M.I. Research Press. Ann Arbor, Michigan, 1987.
- ROBINS, Corine. *The Pluralist Era. American Art, 1968-1981*, Icon editions, Harper and Row Publishers, New York, 1984.
- SCHAWARZ, Robert. *Minimalists*, Phaidon, 1996.
- VV.AA. *Art Minimal I. De la Ligne au Parallelepipede* (2 février-21 - avril 1985), Cape Musée d'Art Contemporain, Bourdeaux, 1985.
- VV.AA. *Art Minimal II De la Surface au Plan* (12 décembre 1986, 22 février 1987), Cape Musée d'Art Contemporain, Bourdeaux 1987.
- VV.AA. *Arte Minimal. Colección Panza* (24 marzo - 31 diciembre 1988), Centro de Arte Reina Sofía, Dirección General de Bellas Artes y Archivos.
- VV.AA. *Artstudio-6*, 1987.
- VV.AA. *Dan Flavin; Three installations in fluorescent light*, Köln, Kunsthalle, 1973.
- VV.AA. *Gravity and Grace. The Changing Condition of Sculpture 1965-1975* (21 january - 14 march, 1993), Hayward Gallery, London, The South Bank Centre, London.
- VV.AA. *Minimal Art. Draggnes Reials. Fundación Juan March* (marzo - abril 1981), Fundación Juan March, Barcelona, 1981.
- VV.AA. *Minimal Art*. (10 dec. 1976, 23 jan. 1977), Kestner Gesellschaft, Hannover, 1977.
- VV.AA. *Minimal Art. Koldo Mitxelena*, Diputación Foral de Gipuzkoa, Donostia, 1996.

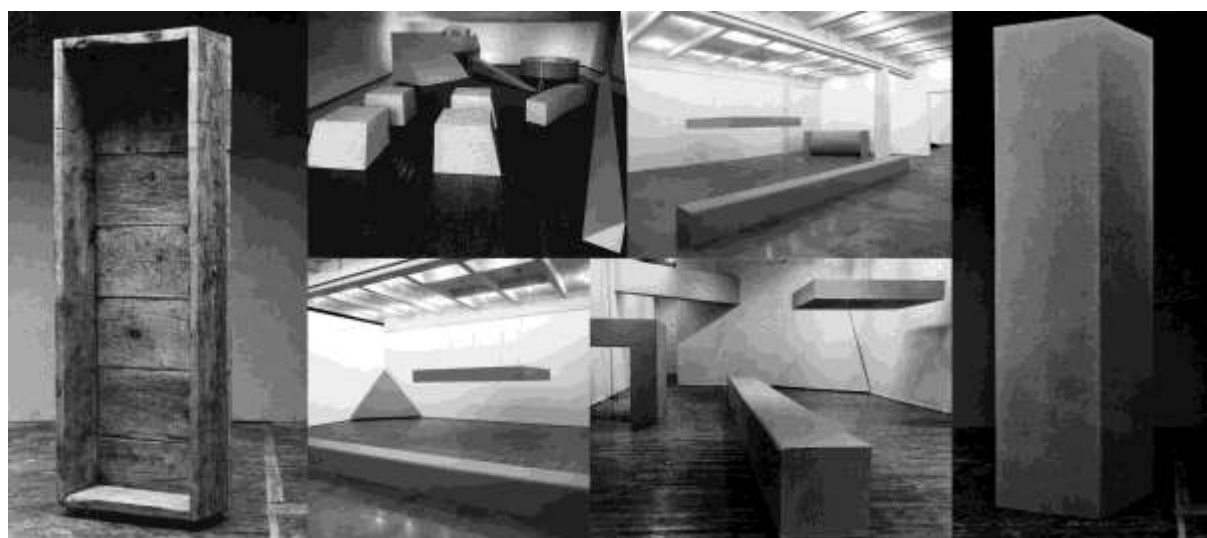


Figura 1. Robert Morris. Desde el pre-Minimalismo hacia la evolución minimalista en la década de 1960.



Figura 2. Laberintos y piezas en fieltro durante la década de 1970, etapa hacia el post-Minimalismo.



Figura 3. Obras direccionadas hacia intervenciones en el territorio-paisaje, tipologías de ‘observatorios’.



Figura 4. Propuestas minimalistas hacia los exteriores.



Figura 5. Vuelta a la pintura/relieve (1980-90).

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor y
Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

PLAN DE MARKETING PARA PROMOCIONAR AL CANTÓN PILLARO COMO ALTERNATIVA DE TURISMO, AÑO 2017

Diana Piedad Espinoza Alcívar¹

DOCENTE EN UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
piedada3001@hotmail.com

Mario Enrique Haro Salazar²

DOCENTE EN UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
mharosalazar@hotmail.com

Valentino Arguello Torres³

DOCENTE EN UNIVERSIDAD DE TÉCNICA DE BABAHOYO
valentinoarguello2014@gmail.com

RESUMEN

El trabajo consiste en el diseño de un Plan de Marketing que ayude a mejorar el incremento de los turistas en el cantón Píllaro de la provincia del Tungurahua, en el que se debe iniciar con una visión transparente a la situación actual del sector, con el fin de otorgar una propuesta que permita promocionar sus atractivos turísticos a través de estrategias de marketing buscando beneficios económicos en la comunidad. En el tema uno se realizó una breve investigación donde se presentó las problemáticas, identificando las causas y efectos que actualmente acontece dando una visión clara del entorno y que se fundamenta bajo parámetros y criterios aplicados por el investigador, así también justificó la carencia de acciones en cuanto al turismo. En el tema dos se fundamenta la parte teórica del trabajo de investigación, el cual sirvió para sustentar el tema conceptual de cada uno de los términos en cuanto a estrategia de marketing enfocado al turismo desde el punto de vista de procesos, gestión, promoción que deben llevarse de manera eficiente, basándolo a través de temas legales y de administrativos. En el siguiente tema se estableció la metodología y elección de técnicas e instrumentos la cual permitió recabar la información necesaria donde se determinó las opiniones del turista en cuanto gustos y preferencia que sirvió para presentar resultados de campo y tener un panorama real de la situación que está afectando al turismo en el sector, lo que da paso al desarrollo de las posibles alternativas y exigencias de lo que desea el mercado turístico en el cantón Pillaro. En el capítulo cuatro se presentó una alternativa de solución que puede ayudar a incrementar el turismo donde se plantea una serie de acciones que parte de las alianzas estratégicas, integración de microempresarios para trabajar en conjunto, ofrecer opciones de productos turísticos, con esta propuesta de marketing se desea mejorar la afluencia, dando a conocer las bondades del cantón y realizar actividades de recreación para hacer turismo, así como tener opciones de hoteles, gastronomía, deportes que permitan mayor atracción e impacto dentro de la comunidad.

¹ Magister en Marketing, Ingeniera en Administración de Empresas. Docente de la carrera de Marketing. Coordinadora de Admisiones. Asesora empresarial.

² Magister en Marketing, Licenciado en Comunicación Social. Docente de la carrera de Administración de Ventas. Coordinador de plan de comunicación. Consultor empresarial.

³ Magister en Docencia y Gerencia en Educación Superior, Licenciado en Ciencias de la Educación con mención en Informática, Administración y Supervisión Educativa. Docente, Asesor Proyectos Educativos, Coordinador de Vínculos con la sociedad, Coordinador de la subcomisión de la unidad de titulación de la carrera de comunicación social.

Palabras Claves

Estrategia de marketing, Plan de marketing, Turismo, Turista.

ABSTRACT

The investigation consists of the design of a Marketing Plan that will help improve the increase of tourists in Píllaro, canton of the province of Tungurahua, in which the current situation of the sector must be initiated with a transparent vision, in order to Grant a proposal that allows to promote its tourist attractions through marketing strategies seeking economic benefits in the community. In the topic one a brief investigation was carried out where the problems were presented, identifying the causes and effects that currently occur giving a clear vision of the environment and that is based on parameters and criteria applied by the researcher, also justified the lack of actions in Tourism. Other topic was based on the theoretical part of the titling work, which served to support the conceptual theme of each of the terms in terms of marketing strategy focus on tourism from the point of view of processes, management and promotion that must be carried efficiently, basing it on legal and management issues. The main topic establish the methodology and choice of techniques, instruments which allowed to gather the necessary information where it was determined the opinions of the tourist as tastes and preference, that served to present field results and have a real picture of the situation that is affecting tourism in the sector, which gives way to the development of possible alternatives and requirements of what the tourist market wants in Pillaro. Rather, an alternative solution was presented that can help increase tourism where a series of actions is proposed that starts from strategic alliances, integration of microentrepreneurs to work together, offer options of tourism products, with this marketing proposal. Allow to improve the affluence, publicizing the benefits of the canton and recreation activities to make tourism, as well as having options of hotels, gastronomy, sports that allows greater attraction and impact within the community.

Keywords

Marketing strategy, Marketing plan, Tourism, Tourist

INTRODUCCIÓN

La promoción del sector turístico en el cantón Pillaro no ha obtenido la afluencia de turistas que se deseaba atraer, a pesar de la tendencia del ecoturismo que existe en la actualidad el sitio no se considera como atracción turística principal, generando desinterés de la cultura y de la sociedad, la imagen y el posicionamiento del sector. Para esto se considera que los habitantes deben adaptarse a las exigencias y cambios del entorno en el mercado y del turista, esto es, otorgar servicios de calidad, fomentar los lugares de esparcimiento, observar lo que otros cantones con éxito en el turismo realizan para implementar acá y así entender la situación actual que afecta a la comunidad.

El actual Gobierno del Ecuador ha estado buscando diferentes formas de fomentar el turismo en el país, incluso el año pasado realizó el relanzamiento de la marca país, donde convoca a todos participantes del sector turísticos a apreciar lo nuestro y a cómo transmitir ese mensaje a los turistas tanto nacionales como extranjeros. Pillaro no ha sido explotado en todo su potencial, sin embargo el Ministerio de Turismo a pesar de querer buscar el progreso no ha trabajado adecuadamente en conjunto con entidades reguladoras para buscar políticas de desarrollo que ayuden a fusionar criterios que están declarados en el Plan Nacional del Buen Vivir y el desarrollo de la matriz productiva, donde puede aportar e incentivar de mejor forma el turismo en áreas específicas, por lo que se ha desarrollado trabajos en conjunto el Ministerio de Turismo junto con la alcaldía.

Se debe buscar la forma de impulsar el turismo en el cantón Pillaro a través de las promociones que ayuden a incrementar el turismo, también se debe mejorar la percepción del sector logrando mejorar

su calidad de vida y ofrecer una alternativa de esparcimiento, áreas recreacionales, gastronomía, hospedaje, artesanías. El proyecto se encuentra alineado con los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir, y al desarrollo de la Matriz productiva, que aporta a la mejora del nivel de vida de las personas de la zona como de la comunidad en general, al contribuir con el desarrollo económico del sitio y del país.

MÉTODO

La estrategia es el punto clave de un plan de acción para utilizar los recursos de una empresa con el fin de alcanzar sus metas. Estas pueden obtenerse por diferentes caminos, por lo que la estrategia señala cómo puede lograrse. Las estrategias son las decisiones importantes que se requiere para lograr un objetivo (Laura Fischer & Jorge Espejo, 2011).

El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones: Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional; Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país; Planificar la actividad turística del país; Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información; Art.-15.

Los turistas que ingresan al país pueden recorrer en cuestión de pocas horas sitios o lugares, se cuenta con cuatro universos diferentes una gran diversidad de regiones, desde los nevados de la región interandina, playas extensas en la costa ecuatoriana, exuberante vegetación en la región amazónica y quizás el ícono turístico de mayor reconocimiento, el archipiélago de Galápagos, ubicado en el océano Pacífico a 200 millas del territorio continental ecuatoriano. (Embajada del Ecuador, 2013).

CLASIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Para el estudio del trabajo se utilizó el método descriptivo, inductivo-deductivo, para así poder establecer la real necesidad del plan de marketing.

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Se realizará un enfoque mixto, esto es cuantitativo y cualitativo. La recolección de datos cualitativos se la realizará por medio del método de la observación y la entrevista al Alcalde del Cantón Pillaro. Mientras que la recolección de datos cuantitativos se la realizará a través de encuestas que responderán a la siguiente pregunta: ¿Si se diseña un plan de marketing para promocionar al cantón Pillaro, entonces se fomentaría el sector como alternativa turística?

1. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

El estudio de campo se realizó en el cantón Pillaro, según la información recopilada por método de observación encontramos que el mercado objetivo son turistas en temporadas altas y feriados, la

población objetivo serían 80.000 turistas, según datos obtenidos por la Cámara de Turismo de Tungurahua.

Muestra

Con la población objetivo se calculó la muestra utilizando la siguiente fórmula:

Muestra de la población conocida

Datos

N = tamaño de la población	80.000
Z α = nivel de confianza al 95% es:	1,962
p = probabilidad de éxito, o proporción esperada	0,5
q = probabilidad de fracaso	0,5
d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)	0,05

Fórmula

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(80.000)(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(80.000 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{(80.000)(3,8416)(0,25)}{(80.000 - 1)(0,0025) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{(76.832)}{(200,9579)}$$

$$n = 383$$

Análisis

Luego de aplicar la fórmula de la muestra finita el resultado obtenido evidencia que se debe aplicar la encuesta a 383 personas que representarán la muestra para este trabajo de investigación, estas personas serían los turistas que visitan el Cantón Pillaro.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnicas de Investigación

En el proceso de la investigación científica la técnica a utilizar es imprescindible, por motivo que concentra toda la estructura del tópico a desarrollar, la cual teniendo el objetivo de conocer y obtener datos relevantes para la correcta aplicación o demostración de la hipótesis o pregunta generada. La técnica a aplicar abarcará los siguientes objetivos.

Clasificar los niveles a seguir de la investigación.
Aportar instrumentos para manejar la información.
Tener un control de los datos.
Orientar la obtención de conocimientos.

Instrumentos de recolección de datos

Entrevista:

Es una técnica cualitativa cuyo objetivo es la búsqueda de respuestas de tipo verbal donde se desea adquirir información relevante desde la perspectiva de autoridades, la que brinda conocer situaciones entorno a la problemática con los turistas.

La Encuesta:

Es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

2 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El tratamiento de la información en el presente trabajo de titulación se hizo bajo procedimientos minuciosos que permitan minimizar el riesgo y errores, al tener datos de carácter cualitativo y cuantitativo, a continuación que tiene como objetivo validar cada uno de los aspecto expuesto dentro de proceso de investigación, a continuación se detalla lo siguiente:

Las tablas de frecuencias y utilización de gráficos en cual dará una visión clara y organizada, dando información sobre las variables de estudio, así como las categorías de cada pregunta y la situación en que se encuentra otorgando una perspectiva del mercado, así como de los actores involucrado en el sector turístico, para lo cual el análisis es fundamental en la medición de variables.

El análisis de la entrevista fue elaborado para determinar el tipo de pensamiento que tiene sobre la situación de estudio entorno al turismo, para lo cual se utilizó una guía de entrevista que permitió tener una perspectiva sobre lo que piensa del turismo y los efectos que no han permitido el desarrollo económico de la zona.

En la presente investigación se analizó las variables de estudios con el fin de obtener datos información de los factores que afectaron al turista, siendo importante el análisis de variables que permitirán evaluar resultados que servirá para la toma de decisiones, por lo que se va a presentar los resultados obtenido dentro de la investigación.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

¿Cuál de las siguientes alternativas lo motiva a Ud. visitar el Cantón Pillaro?

Tabla 1 Motivo porque visita el cantón Pillaro

OPCIONES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Turismo	76	20%
Negocios	123	32%
Visita familiares	143	37%
Otros	41	11%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Autor

Gráfico 1 Motivo de visita al cantón Pillaro



Análisis

El 37% de los encuestados indican que se trasladan a Pillaro por visitas a familiares, el 32% lo hacen por negocios, el 20% por turismo y el 11% de la muestra se encuentran por otras por otras razones.

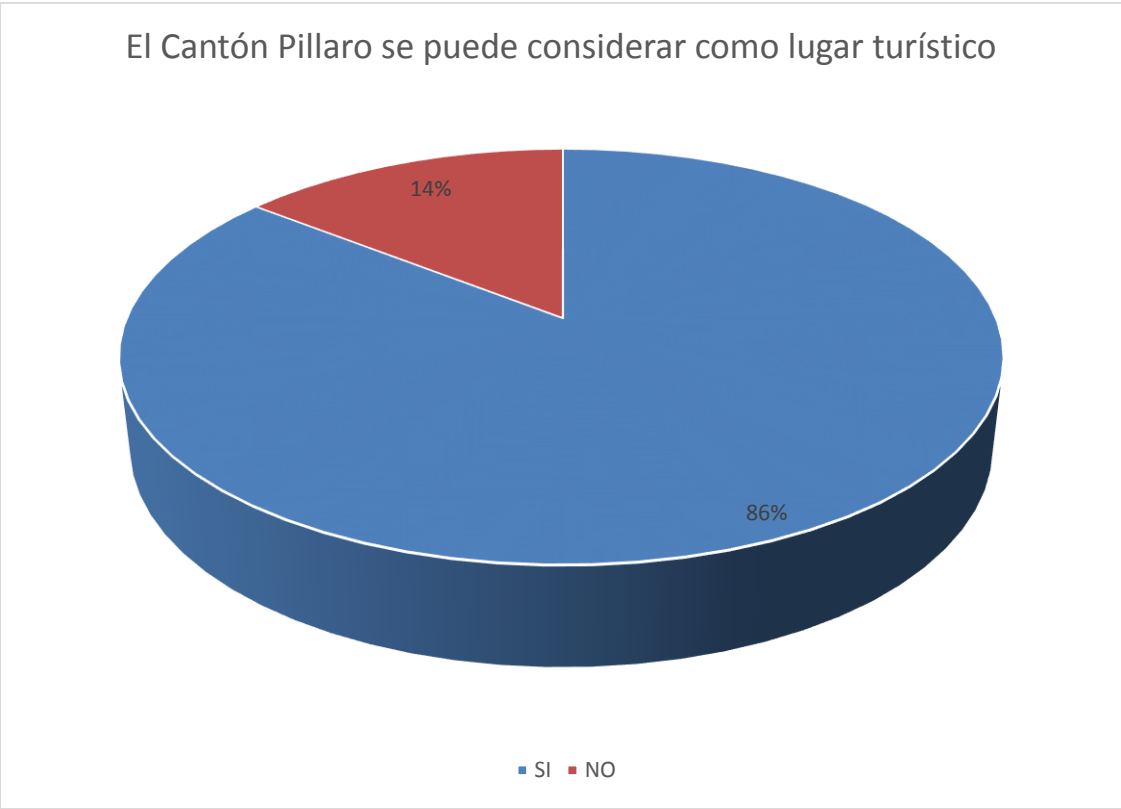
¿Ud. Cree que el cantón Pillaro tiene suficientes características para ser considerado como un sitio donde se puede realizar turismo?

Tabla 2 Pillaro se puede considerar como un sector turístico

OPCIONES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	328	86%
NO	55	14%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: autor

Gráfico 2 Pillaro se puede considerar como un sector turístico



Elaborado por autor

Análisis

El 86% de los encuestados han indicado que en Pillaro se puede realizar turismo, y el 14% opinaron que no tiene las características necesarias para ser considerado un sector turístico.

¿Por qué cree Ud. que el cantón Pillaro no ha obtenido la relevancia suficiente dentro del sector turismo?

Tabla 3 Relevancia turística del cantón Pillaro

OPCIONES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso de autoridades gubernamentales	269	70%
Compromiso de autoridades seccionales	3	1%
Compromiso de la comunidad	63	16%
Colaboración del turista	48	13%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Autor

Gráfico 3 Relevancia turística del cantón Pillaro



Elaborado por: autor

Análisis

Según los resultados obtenidos el 70% de los encuestados indican que la falta de compromiso de las autoridades gubernamentales no le han dado la relevancia turística al cantón Pillaro, el 16% por falta de compromiso de la comunidad, el 13% indicaron que es falta de colaboración de los turistas y el 1% por falta de compromiso de las autoridades seccionales.

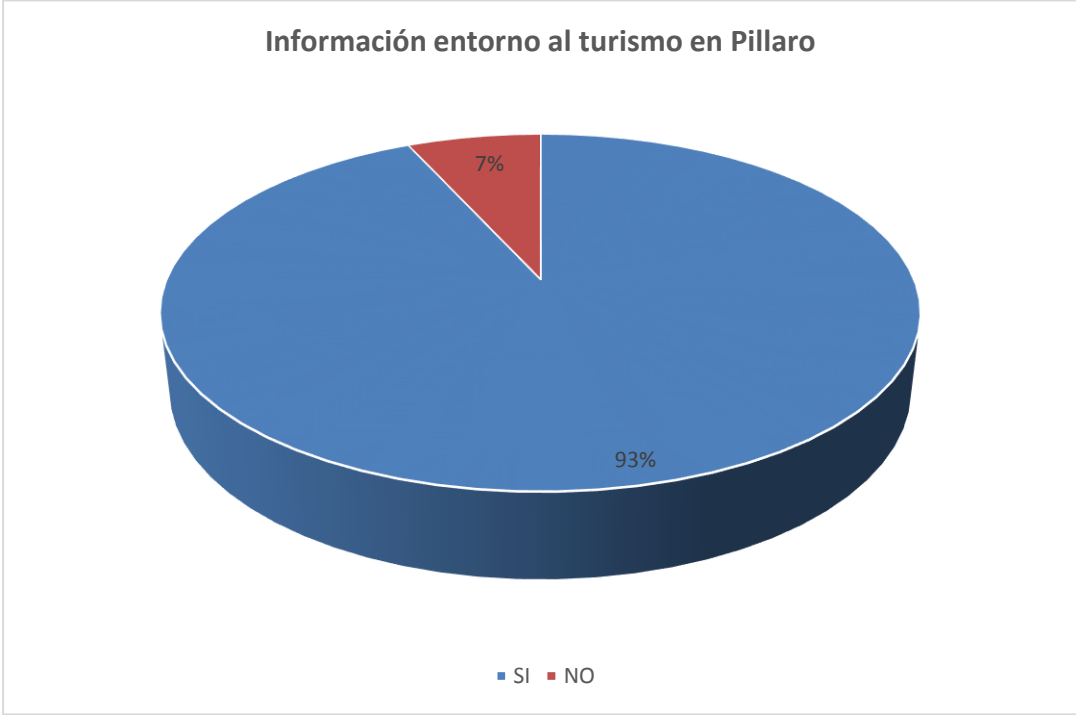
¿Le gustaría recibir información sobre paquetes turísticos, actividades complementarias y otras formas de realizar turismo en el cantón Pillaro?

Tabla 4 Información entorno al turismo en Pillaro

OPCIONES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	357	93%
NO	26	7%
TOTAL	383	100%

Elaborado por autor

Gráfico 4 Información entorno al turismo en Pillaro



Elaborado por autor

Análisis

Dentro del grupo de encuestados el 93% respondió que si le gustaría tener información turística del cantón Pillaro, mientras que un 7% no se mostraron interesados.

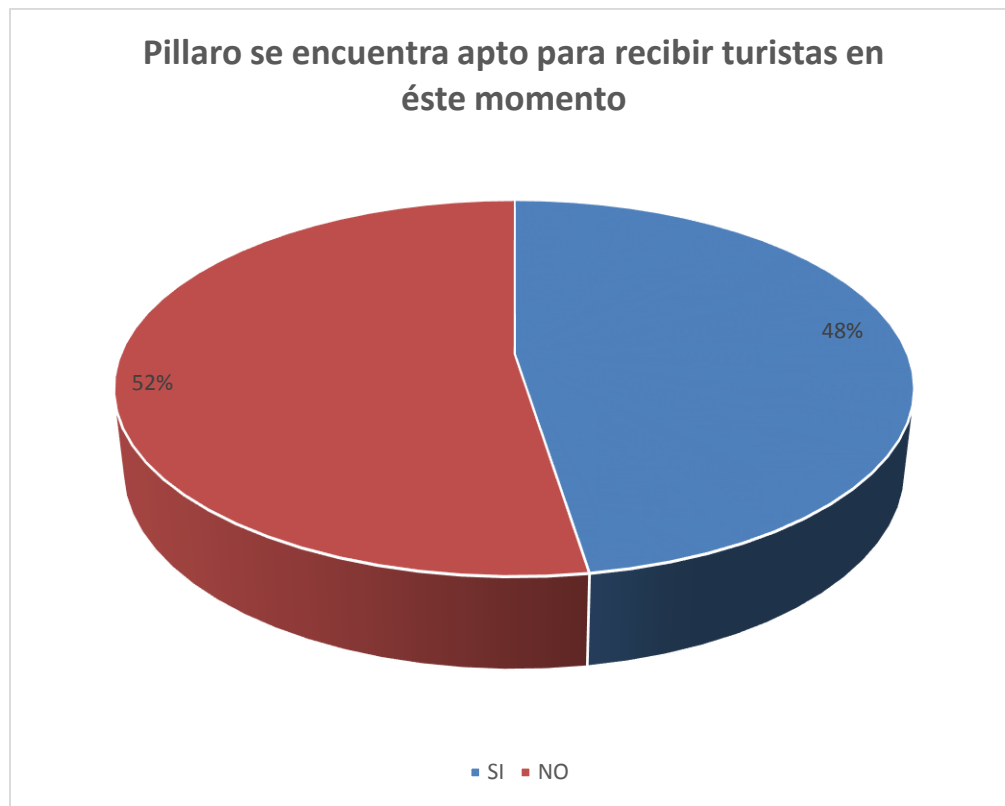
¿Cree Ud. que el cantón Pillaro se encuentra apto para recibir turistas en éste momento?

Tabla 5 Pillaro se encuentra apto para recibir turistas en éste momento

OPCIONES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	182	48%
NO	201	52%
TOTAL	383	100%

Elaborado por autor

Gráfico 5 Pillaro se encuentra apto para recibir turistas en éste momento



Elaborado por autor

Análisis

De acuerdo a las respuestas de los encuestados se observa una división casi pareja de las mismas donde el 52% indicaron que el cantón Pillaro no se encuentra apto en éste momento para recibir gran afluencia turistas mientras que el 48% indicó que si se encuentra apto.

CONCLUSIÓN DE LA APLICACIÓN DE CUESTIONARIOS

Los resultados de la presente investigación después de haber aplicado técnicas e instrumentos se presentan la siguiente conclusión y datos relevantes.

El cantón Pillaro actualmente no se encuentra apto para recibir gran afluencia de turistas por la falta de un plan comunicacional que integre a las comunidades en una capacitación amplia sobre la historia del lugar, los lugares turísticos de relevancia, actividades ecoturísticas promocionadas por medio de agencias de viajes locales que otorgue los elementos y seguridades suficientes para los visitantes, sin embargo se puede considerar como potencial para recibir al turista potencializando los lugares turísticos ya existentes y de conocimiento de las comunas a través visitas in situ, reactivando la economía de algunos sectores y mejorando las de otros.

A pesar de ser un sitio con bondades naturales se evidencia que no se está tomando atención de manera responsable a nivel del Ministerio de Turismo, donde no se explotan los atributos y características que tiene el sector dentro del turismo, que puede dar paso de manera directa a desarrollar y producir ingresos de manera sustentable mejorando la calidad de vida del sector.

Se considera que se debe generar un plan de comunicación efectivo donde se establezcan estrategias adecuadas y comprometiéndose a todos los involucrados para potencializar el sector, es decir fomentar el compromiso de autoridades, población, negocios y los actuales turistas pueden ser entes de cambio en cuanto a turismo, desarrollando pertenencia, pertinencia, responsabilidad social y sustentabilidad.

La propuesta de esta investigación va enfocada a fomentar el turismo en el cantón Pillaro buscando el desarrollo de la comuna cumpliendo así con el plan nacional de buen vivir. Al momento que genera el aumento de plazas de trabajo, genera la inserción de los integrantes de las diferentes comunidades que conforman el cantón Pillaro, estamos hablando de los artículos dictados por el Gobierno en el Plan de Buen Vivir, y como todo plan que se desee generar, sobre todo a lugares, sectores o instituciones gubernamentales, deben estar siempre ligadas al plan antes mencionado.

RESULTADOS

Finalmente, el resultado de la investigación indica que la elaboración del plan de marketing podrá ser una alternativa de mejora y potencialización en cuanto a la promoción del cantón Pillaro, considerando que se debe establecer estrategias con la finalidad de brindar una solución coherente y clara en cuanto al incremento de turistas al sector.

Lo favorable de la riqueza natural y cultural existente en la zona es parte del patrimonio, por lo que hay que conservar tradición, cultura, productos ancestrales y recursos turísticos que desarrollan recursos sustentables y renovables.

Lo que se considera fundamental fortalecer la parte de la comunicación turística en cuanto a infraestructura, gastronomía, atención al turista entre otros, siendo opciones válidas para otorgar fuentes de ingresos mejorando la calidad de vida de la comunidad y la provincia.

Pillaro tiene varios atractivos turísticos como: La Laguna de Pisayambo, Cerro Hermoso, la comunidad de Chillán, Los Siete Chorros, Mirador de Huaynacuri donde se encuentra una estatua de bronce de tres metros de alto de Rumiñahui, según la investigación efectuada se evidencia que los visitantes que llegan al cantón Pillaro, la ausencia de promoción y planes turísticos se evidencia, por lo que se necesita trabajar en un plan de desarrollo turístico que permita el aprovechamiento de cada una de las bondades del sector.

Para el plan de comunicación que reforzará el plan de marketing turístico del cantón se recomienda la utilización de los medios digitales, así los atractivos que ofrece Pillaro serán conocidos a nivel mundial a través de las diferentes páginas y blogs de viajes que los turistas potenciales visitan antes de tomar una decisión sobre el lugar que vacacionarán.

También la utilización del marketing directo y el intercambio de información en el mercado, el material BTL es importante dentro del desarrollo de esta estrategia, los avances tecnológicos facilitar procesos en la comunicación con los turistas, así se puede hacer evaluaciones sobre las diferentes acciones que se realice y lograr el posicionamiento del producto.

Dar a conocer los diferentes paquetes turísticos es el objetivo de la propuesta con el fin de incrementar el turismo en el cantón Pillaro, ofreciendo contenido e información pertinente en torno a lo que se ofrece en los paquetes turísticos, los cambios de presentación en los diferentes medios digitales busca ir mejorando los atributos y generar beneficios económicos.

DISCUSIÓN

Las comunidades y los negocios necesita prepararse de mejor manera para funcionar como atractivo turístico, sin embargo se debe dar a conocer los lugares que ya se han detectado como tales y se mencionaron anteriormente en esta investigación e identificar otros sitios que permitirían el desarrollo socioeconómico, buscando la productividad y la eficiencia.

El enfoque va dirigido a la promoción y potencialización del servicio, se pretende cambiar imagen y encontrar otros puntos de interés. Sin embargo la perspectiva del sector es favorable para realizar turismo, las acciones que se desarrolle podrán incentivar al turista a visitar y realizar actividades, se debe tomar en cuenta cada una de las necesidades del turista, existe importante competencia en el sector por lo que hay que ser innovador, hay que explotar sus riquezas naturales de manera responsable y posicionarse en la mente del turista como un nuevo sitio de esparcimiento dirigido a familias y toda persona que desee encontrarse con la naturaleza.

BIBLIOGRAFIA

1. Guerrero González, Perla Elizabeth & Ramos Mendoza, José Roberto. (2014). Introducción al turismo. México: Larousse - Grupo Editorial Patria.
2. Laura Fischer & Jorge Espejo. (2011). Mercadotecnia. México: McGraw-Hill.
3. Gobierno Autónomo Descentralizado de Pillaro. (2016).
4. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Pillaro, Ecuador: Municipalidad de Pillaro.
5. Azevedo, A. d. (2010). Obsesión por el cliente: cómo obtener y retener clientes en la nueva era del marketing relacional. México: McGraw-Hill.
6. David Jobber & Geoferey Lancarter. (2012). Administración de ventas. México: Pearson Educación.
7. Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017
http://issuu.com/buenvivir/docs/8_lineamientosparaelturismo.
8. Hoyos, R. (2013). Plan de Marketing. Diseño, implementación y control. Bogotá: Ecoe Ediciones.

9. Jiménez Bulla, Luis Hernando & Jiménez Barbosa, Wilson Giovanni. (2013). Turismo: tendencias globales y planificación estratégica. Ecoe Ediciones.
10. Kotler, P. (2011). Marketing turístico. Madrid: Pearson Educación.
11. Kotler, P., & Lane, K. (2010). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación.
12. Laura Fischer & Jorge Espejo. (2011). Mercadotecnia. México: McGraw-Hill.
13. Méndez, C. (2013). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
14. Ministerio de Turismo. (2011). La experiencia turística en el Ecuador: Cifras Esenciales de Turismo Interno y Receptor. Quito: MINTUR-INEC-Anuario de Entradas y Salidas Internacionales.
15. Schiffan León G. & Lazar Kanuk Leslie. (2010). Comportamiento del consumidor. México: Pearson Educación.
16. INEC. (Diciembre de 2013). *Instituto de Estadísticas y Cencos*. Recuperado el diciembre de 2014, de Tecnologías de la Información y comunicaciones (TIC'S): <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
17. Ramírez, M. J. (19 de julio de 2010). *Impuestum*. Obtenido de <http://www.impuestum/temas/294.html>
18. SRI. (2012). *Una Nueva Política Fiscal para el Buen Vivir*. Quito: Nadesha Montalvo R.

ANÁLISIS SECTORIAL DE LA PYME DE LA RESTAURACIÓN EN EL CONTEXTO DE LA CIUDAD DE MACHALA

Franco, María del Carmen¹
Rojas, María Alexandra²
Pérez, María José²

¹ Docente Titular Auxiliar II, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Master en Administración de Empresas, ENAE Business School; e-mail: mfranco@umet.edu.ec

² Estudiante UMET, Universidad Metropolitana, e-mail: marojas@umet.edu.ec

³ Docente Titular Auxiliar I, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Master en Administración de Empresas, UEES; e-mail: mjperez@umet.edu.ec

Resumen

El presente análisis está hecho a base de recopilación de datos y sondeo, para descubrir las necesidades y debilidades de los emprendedores de la ciudad de Machala y poder aportar con una solución a la problemática. La finalidad es conocer si resulta rentable o no la apertura de un restaurante en la ciudad, identificando factores que limitan el sector de los restaurantes, investigando hábitos y preferencias de consumo de los habitantes. La ciudad de Machala es una ciudad que en los últimos años ha crecido de forma casi trascendental, ha crecido en infraestructura, comercial y financieramente siendo una de las ciudades con mayor aporte al PIB del país, es por ello que empresas internacionales han puesto los ojos en esta ciudad ya que se encuentra en proceso de crecimiento.

Palabras Claves: restaurantes, pyme, Machala, sostenibilidad

Introducción

Ecuador hoy en día es un país que ido evolucionando gradualmente de acuerdo a sus necesidades de desarrollo y crecimiento a nivel provincial, regional y de nación; el desarrollo y creatividad del capital humano de las empresas han permitido la expansión y sustentación de negocios de todos los niveles dentro del país. Dentro de todo este medio empresarial hay que recalcar que, así como existen ventajas, también se puede notar la aparición de desventajas como barreras sociales, económicas, entre otras. El propósito de desarrollar este tema, es el estudiar y conocer la realidad del segmento de alimentos y bebidas fuera del hogar, vista desde la perspectiva del cliente, y desde el aspecto, socioeconómico y sociocultural de los habitantes de la ciudad de Machala, quienes hasta la actualidad se han visto influenciados por los hábitos de consumo de otras culturas, por el continuo crecimiento tecnológico, cultural, y social que existe en la actualidad.

La restauración de consumo inmediato y la alimentación industrial, han sufrido un acelerado y constante crecimiento en la ciudad, teniendo que buscar metodologías de innovación permanente con la idea de captar la mayor aceptación de clientes por medio de productos y servicios. El impacto en el avance de crecimiento del segmento de alimentación en la actualidad, no es más que un impulso a una imparable evolución del consumidor, el cual no solo nos exigirá el innovar en productos y servicios, sino en innovar en su parte más interna, no siendo nuestra oferta una prioridad, sino su única opción, siendo nuestro objetivo el estar a la vanguardia en el conocimiento sensorial interno del consumidor como individuo independiente; destinando nuestro enfoque de negocio a un éxito sin medida o a un fracaso inmediato. El Ecuador posee pequeñas medianas y grandes empresas pero enfocados en el sector de los restaurantes estos en su gran mayoría son PYMES; se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo. Este tipo de empresas son aquellas que tienen mayor posicionamiento dentro del sector empresarial generando mayores ingresos a quienes las poseen, se considera que tienen ventajas porque son de fácil acceso, constituir las no es muy complicado y sobre todo el personal a contratar no representa un número alto difícil de cubrir, estas variables podrían ser claves para que las PYMES obtengan mayores ingresos; según datos del INEC referentes al año 2014 indican que entre la pequeña y mediana empresa el nivel de ingreso es el más elevado.

Tabla 1. Clasificación de las empresas por su tamaño

Código para empresas	Clasificación de las empresas	Personal ocupado	Ingresos margen comercial (comercio)
1	Pequeña	10 A 49	USD 100.001 a USD 1'000.000
2	Mediana	50 A 199	USD 1'000.001 - USD 5'000.000
3	Grande	200 o más	USD 5'000.001 en adelante

Fuente: INEC 2014

Análisis empresarial de la ciudad de Machala

De acuerdo al artículo publicado por la revista Ekos, Machala tiene 1.085 entre pequeñas, medianas y grandes empresas; a nivel de la provincial de El Oro y en particular su capital

Machala es el séptimo cantón que representa mayor participación en el PIB nacional con un capital económico de 1.800 millones.

Tabla 2. Número de empresas por tamaño en el Oro

Indicadores El Oro, todos los sectores				
Número por tamaño de empresa				
Tamaño de empresa	2012	2013	2014	2015
Microempresa	31.617	35.461	37.395	37.872
Pequeña empresa	3.100	3.237	3.494	3.353
Mediana empresa a	360	411	443	448
Mediana empresa b	223	237	278	264
Grande empresa	104	110	138	141

Fuentes: INEC, Redatam

Machala conocida como la capital bananera del mundo, desde el 2014 la economía de esta ciudad se ha dinamizado obteniendo inversiones en el sector empresarial, como la apertura de los recientes locales, Almacenes Boyacá y Mac Donald's, además uno de los principales ejes turísticos son el turismo gastronómico, por medio de visitas a restaurantes especializados en gastronomía local; de esta manera se han forjado cientos de emprendimientos lo cual es favorable para el crecimiento y desarrollo generando la producción de nuevos bienes y servicios, abriendo plazas de trabajo mejorando la calidad de vida de los ciudadanos. De acuerdo al artículo publicado por la revista Ekos, Machala posee el siguiente número de empresas.

Tabla 3. Cantidad de empresas por tamaño en Machala

Código asignado para las empresas	Número de empresas	Ingresos totales USD
Grandes más de USD 10 millones en ventas anuales	51	1.413.507.621
Medianas, entre USD 1 y 10 millones en ventas anuales	345	975.005.773
Pequeñas, entre 100 mil y 1 millón de ventas anuales	689	274.784.492
Total	1.085	2.663.297.886

Fuente: Revista Ekos 2014

Las empresas existentes en Machala se las podría clasificar como Pymes, debido a que sus habitantes poseen espíritu emprendedor la mayor parte de estos tienden a crear nuevas empresas como lo es en el sector de los restaurantes, las clases de establecimientos pueden ser: a) Cafeterías: Ofrecen refrigerios rápidos, bebidas calientes o frías no alcohólicas. b) Fuentes de soda: Sitios que sirven al público comidas rápidas. c) Drives inn: Ofrecen comida y bebidas rápidas para consumir en los vehículos. d) Bares: Sirven todo tipo de bebidas alcohólicas, copas, tragos. este tipo de actividades pueden ser de carácter formal e informal;

la sección formal es la que está apegada bajo las normas y estatutos tributarios contribuyendo con aportaciones económicas al país pero lo informal parte de la economía que no podemos olvidar, según (Avilés, 2007).

La informalidad es un aspecto que afecta a los sistemas económicos y por ende a las condiciones de vida en la región, la parte informal es considerada emprendimiento pero no se constituye de acuerdo al reglamento tributario dejando de percibir ingresos tributarios por dichas actividades que están relacionadas con la evasión de impuestos, en cualquier ciudad del país podemos encontrar las denominadas carretillas de comida, que expenden alimentos sin ningún tipo de respaldo tributario.

Machala en la categoría Pyme ha alcanzado el 96.5% lo que representa el mayor porcentaje a nivel de El Oro y sólo a nivel de microempresas tiene el 57%, es por ello que la ciudad de Machala es considerada como el territorio cantonal donde se generan mayores ingresos y mayores puestos de trabajo. De acuerdo al sondeo de datos realizado se puede interpretar que los habitantes de Machala han ido cambiando sus metodologías de consumo y de alimentación con el pasar de los años, paralelamente al crecimiento de la ciudad, influenciados por la introducción de nuevas culturas y productos, la economía y el crecimiento poblacional; sin embargo hasta la actualidad ha incluido la gastronomía tradicional sobre el fast food o también conocida como la comida rápida, se han incluido en los menús nuevas tendencias de comidas debido al ingreso de culturas extranjeras hoy en día el mercado de restaurantes es muy amplio desde los crepés, sándwich, pasta entre otros. Miles de personas deciden perseguir el sueño de emprender un negocio haciendo uso, muchas veces de sus ahorros o realizando algún tipo de crédito o préstamo. Al mismo tiempo con los años miles este tipo de negocios se enfrentan ante la difícil situación de cerrar sus puertas debido a la imposibilidad de sobreponerse a variadas razones.

Los restaurantes que abren, cierran en los primeros dos años de establecerse, este se ve influenciado por la poca experiencia en el sector, la falta de experiencia de los propietarios, sumando a esto la caída en las ventas, la competencia ambulante. Se puede evitar este tipo de problemas generadores de pérdidas económicas y sobre todo lograr que los negocios sean sostenibles en el tiempo, aplicando los siguientes puntos estratégicos, según Tabla 4.

Tabla 4. Directrices para la sostenibilidad de las pymes

Factor	Directriz
Estandarización de las recetas	<ul style="list-style-type: none"> • Cómo administrador o jefe de cocina se debe de mantener el control y evitar las variaciones en el sabor o textura por medio de la estandarización de recetas; • Se debe hacer un recetario que detalle las cantidades y el procedimiento exacto de todos los platillos. Esta herramienta permite calcular el costo del platillo por porción y el rendimiento por receta.
Investigación de mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Para abrir cualquier tipo de negocio es importante saber el tipo de clientes al que se desea llegar.

	<ul style="list-style-type: none"> • Una investigación de mercado es la mejor herramienta para determinar a qué segmento dirigirse y cómo hacerlo. • En el estudio se pretende conocer la edad, el sexo, la capacidad de gasto, los gustos y la afluencia de las personas que rodean la ubicación del negocio.
Rentabilidad por producto	<ul style="list-style-type: none"> • Conociendo el precio y el costo de cada platillo podemos dar promoción a aquellos que dejen más ganancias
Sistema de control de inventario	<ul style="list-style-type: none"> • Tener un sistema de control de inventario, permite dar promoción a un producto que no se ha movido en un lapso
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Si no te ven, no existes; actualmente existen muchas herramientas de las cuales puedes disponer para dar a conocer tu negocio, una de ellas son las redes sociales
Menos es más	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener una carta reducida es más práctico, el movimiento del inventario es más rápido, es más fácil de trabajar para el personal y evita la confusión en los clientes
Perfil de puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Es importante tener definido qué tipo de persona se busca para cada puesto de trabajo así como los conocimientos requeridos. • A parte de estos puntos no se debe olvidar la calidad del producto y la calidad del servicio que se trasmite a los clientes

Los clientes valoran varios aspectos acerca de los restaurantes pero sobre todo la publicidad y el servicio que brindan, la mayoría de las personas se enteran de la existencia de un nuevo restaurante por la imagen que transmiten a través de la publicidad con la ayuda de medios electrónicos o redes sociales creando la posibilidad de conocer cómo es su imagen previa a la primera visita de un nuevo cliente sin olvidar que existen otras fuentes secundarias que dan referencias por medios de sus amigos y familiares; influye de manera primordial la calidad del servicio que brindan este tipo de establecimiento, el diseño del lugar, atención al cliente, experiencia que brinda el ambiente y la calidad del producto, al brindar este tipo de servicio se estaría creando lazos de fidelidad con el cliente es decir que este vuelva al local.

Al momento de emprender un negocio como un restaurante hay que tomar en cuenta que no solo se va a vender productos de calidad sino también una experiencia, respeto, firmeza, paciencia, seguridad en sí mismo, humildad, gratitud, un buen servicio viene ser un factor fundamental para que un negocio tenga éxito, como un buen emprendedor debemos de corroborar que este tipo de servicio se les esté brindando a todo cliente que llegue a nuestro establecimiento formando parte del equipo de trabajo, ya que un cliente satisfecho es el resultado de nuestra misión (Ponce, 2011).

Conclusiones

El sector de los restaurantes constituye un sector de la economía que está en constante crecimiento y expansión en el país debido a las políticas públicas, se evidencian por la gran cantidad de empresas en la ciudad de Machala. El sector de los restaurantes se encuentra conformado en mayor magnitud por empresas de tamaño pequeño y micro es decir Pymes. Que tan productiva o no sea una empresa podría demostrar el tiempo de vida o sostenibilidad de la misma, independientemente de la cantidad de productos ofrecidos; por estas razones, la productividad es un factor fundamental en el desarrollo diario de todo negocio acompañado de los estándares de calidad del producto y servicio que se debe emplear para lograr que los clientes se sientan satisfechos y cubran sus expectativas.

Agradecimientos

La presente ponencia se la elaboró dentro de las actividades y patrocinio del proyecto de investigación de la Carrera Gestión Empresarial de la UMET, Sede Machala. El proyecto se denomina Propuestas de mejoras de la competitividad interna/ empresarial de las mipymes de la Provincia de El Oro.

Referencias Bibliográficas

- Avilés, M. (2007). Instituto de altos estudios nacionales. Obtenido de Instituto de altos estudios nacionales: <http://repositorio.iden.edu.ec/handle/2400/3739>.
- Cruz, J. (18 de febrero de 2016). Coloraldente. Obtenido de <http://coloraldente.com/los-8-problemas-mas-comunes-en-un-restaurante/>.
- EKOS, R. (2015). Un lugar para invertir. Ekos negocios , 120-124.
- Fuentelsaz, L. (2015). ¿Qué hace que algunos emprendedores sean más innovadores? *Universaria Business Review*, 14-31.
- INEC. (2014). Ecuador en cifras. Obtenido de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Manufactura/Presentacion_Resultados_Enc_Industriales2014.pdf.
- Meter, W. (2011). Indicadores de productividad de una empresa. Obtenido de <http://www.elmayorportaldegerencia.com>
- Ponce, K. (2011). Abre una cantina. *Entrepreneur México*, 34-40.
- Revista Vistazo. (24 de abril de 2008). Obtenido de Hambre de mercado: <http://www.vistazo.com/impresadineroinprimir.php?Vistazo.com&id=2928>.
- SRI. (2016). Servicio de Rentas Internas. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/de/32>
- Moya, L. (2009). Repositorio digital- EPN. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/16163>

MARKETING TURÍSTICO EN EL ECUADOR: UNA OPORTUNIDAD DE LAS PYMES PARA SU CRECIMIENTO SOSTENIBLE

**Pérez Espinoza María Jose¹
Novillo Díaz Lenin Alexander²**

¹Docente Titular Auxiliar I, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magister en Administración de Empresas, UEES; e-mail: mjperez@umet.edu.ec

²Docente Titular Auxiliar I, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magister en Administración de Empresas, UEES; e-mail: lnovillo@umet.edu.ec

Resumen

El presente análisis está realizado en base a una revisión bibliográfica referente al marketing turístico en el cual se aborda temas relacionados a los desafíos en esta área, las estrategias para la promoción, el perfil del consumidor y el efecto del marketing sobre las Pymes turísticas en el Ecuador, creando una oportunidad para su crecimiento sostenible.

Palabras claves: Marketing, turismo, pymes, estrategia, sostenibilidad.

Introducción

En la actualidad, por la gran diversificación de la oferta, una excesiva saturación del mercado debido a la globalización y los gustos exigentes de los consumidores, obligan a las organizaciones a utilizar metodologías diferentes y efectivas para poder satisfacer los requerimientos de los consumidores y conocer de esta manera a profundidad el mercado en el cual se encuentran operando. Por un lado la competitividad, mientras que por el otro la crisis económica mundial le ha permitido al marketing tener un campo de acción mucho más amplio, a la vez que ha ganado especial importancia por el nivel de precisión que puede llegar a tener en lo que respecta a identificar las preferencias, gustos, entre otros, lo cual permite tener en las prácticas de marketing una plataforma que impulse las acciones empresariales y catapulte el mercado de acción.

En este contexto, el turismo es uno de los mayores propulsores de la economía mundial que genera alrededor de 1.5 trillones de dólares en exportación, uno de

cada diez empleos en el mundo y un 10% del Producto Interno Bruto (OIT, 2016) por tanto es importante destacar que tanto el marketing como el turismo son una máquina de operaciones ideal, con engranajes perfectos que generan riquezas sobre todo en aquellos países que saben cómo potenciar sus actividades turística y sobre todo prestan atención del marketing turístico para su promoción. Durante las últimas décadas ha sido notablemente fuerte el impulso que han dado los gobiernos de turno a la promoción de las opciones turísticas que poseen sus países, iniciando de esta manera una “cultura de turismo” inclusive dentro de un mismo territorio. La gestión de la marca país así como la promoción de sitios turísticos como hoteles, haciendas, tours y un sinnúmero de actividades disponibles promueven notablemente el comercio y el emprendimiento en torno a actividades relacionadas con el turismo (González & Martínez, 2013).

Marketing Turístico: Generalidades

El marketing ha sufrido un antes y un después dentro de su desarrollo, por lo que alrededor de los años sesenta se dio este cambio de época, principalmente por la expansión económica en Estados Unidos y Europa (Gracia, 2017), ya que anteriormente se realizaban viajes por la necesidad de hacerlo mas no bajo el concepto actual de hacer turismo y viajar como una actividad de recreación y placer.

A raíz de esta popularización del turismo surgió la necesidad de promocionar toda la oferta turística disponible, por lo que nació el concepto de marketing turístico. Uno de los primeros en definirlo fue Philip Kotler, quien en su libro “Marketing for Hospitality and Tourism”, conocido en español como “Marketing turístico”, lo define como un arte y ciencia para captar, retener y aumentar el número de clientes rentables de las empresas de turismo, desde luego una tarea bastante complicada, a lo que Kotler et al (2011) acotan:

Hay pocos sectores que sean tan interdependientes como los de viajes y hostelería. Esta interdependencia aumenta en complejidad. El sector de viajes va a requerir profesionales de marketing que comprendan la globalidad y que puedan responder a las necesidades cambiantes de los consumidores mediante estrategias creativas basadas en unos conocimientos de marketing sólidos. (p.13)

Hay que denotar una que el marketing turístico no es lo mismo que el marketing de destinos, porque este último se enfoca únicamente en promocionar una región o país desarrollando productos específicos para atraer al grupo objetivo de turistas escogidos, normalmente es realizado por entidades públicas, mientras que el marketing turístico abarca un espectro un poco más amplio, es decir desde la promoción de localidades hasta cada una de las empresas que forman parte del sector turístico como hoteles, restaurantes, empresas de transporte, etc (Gracia, 2017).

Desafíos del marketing turístico con respecto al mercado

Todo mercado presenta cierto tipo de características dependiendo del sector en el que se encuentre y el turismo no es la excepción, para lo cual el marketing debe crear cierto tipo de estrategias que le permitan afrontar las dificultades que se puedan ir presentando.

Uno de los desafíos más notables es la falta de movilidad de la oferta, es decir que todos los productos y servicios turísticos tienen que ser ofrecidos en un lugar específico y no pueden ser llevados hasta los consumidos; la falta de flexibilidad de la oferta es otro desafío ya que en vista de que los servicios turísticos se prestan en el momento, cualquier aumento de la demanda no se puede atender como se debería, ya que la capacidad instalada del atractivo turístico no puede ser modificada (Parra-Meroño & Beltrán-Bueno, 2014).

Existen un sin número de factores que pueden afectar a la oferta y demanda de servicios turísticos, entre ellos economía, precios, tecnología, entre otros puede llevar a tener fuertes impactos en las actividades a realizar y por último el aspecto de los costos fijos altos, ya que al ser estructuras de grandes dimensiones existen costos como la depreciación, mantenimiento, operación que deben ser considerados de manera permanente (Parra-Meroño & Beltrán-Bueno, 2014).

Estrategias para la promoción de productos turísticos

De acuerdo a Marinao, Torres y Chasco (2014) para poder definir las estrategias adecuadas dentro del marketing turístico se debe tener en consideración dos cosas: escoger mercados nuevos o mantenerse en los actuales, así como atacar dicho mercado con productos nuevos o existentes, de las combinaciones que

se puedan realizar entre esas cuatro opciones surgen cuatro tipos de estrategias turísticas.

La primera de ellas es la estrategia de extensión, la cual se basa en mantener el mismo producto turístico pero intentando captar nuevos mercados que anteriormente no habían sido considerados o explotando alguna región que no se había dado a conocer; la estrategia de desarrollo del producto turístico como su nombre lo indica a través de nuevos productos (sustitución y agregabilidad) actuar sobre los mismos mercados; la estrategia de diversificación turística, la cual a su vez puede ser de tres tipos: concéntrica porque pretende agrupar integralmente muchos servicios con el fin de hacer una cartera de productos más homogéneos y mejorar la calidad del servicio permaneciendo en el mismo nicho de mercado; vertical cuando los nuevos productos desplazan por completo a la antigua oferta, por tanto se capta nuevo mercado a la vez que se mantiene en el existente; y horizontal cuando se da una mayor cobertura del mercado pero con una gran variedad de productos turísticos enfocados a los clientes habituales con las mismas tendencias de gustos y preferencias; finalmente la estrategia de penetración es aquella que incrementa la cuota del mercado pero manteniendo el mismo producto turístico, sin ningún tipo de modificación (Aires & Nicolau, 2010).

El perfil del consumidor turístico

La globalización, el exceso de oferta, la tecnología y un sin número de factores más llevan a denotar el cambio tan palpable que han tenido los consumidores en los últimos años, es decir que además de fijarse en aspectos como el precio, el tipo de producto o servicio, se suman aspectos como las emociones y la experiencia (Ramírez, Otero, & Giraldo, 2014).

Conociendo la edad, sexo, procedencia ya no es suficiente para realizar un adecuado estudio de mercado, aspectos como los sueños, objetivos, pasiones, retos, intereses, son los que pesan más para los turistas, ya que no solamente desean ver publicidad, sino ser informados con la verdad, ya que si alguna empresa realiza publicidad engañosa con un solo clic podría aniquilar su marca de por vida, adicionando que el consumidor busca en Google, Alta Vista, Yahoo,

etc, cualquier tipo de información que requiera, es por esto que el marketing turístico quiere enamorar a sus consumidores (Ferreira, Real, & Rial, 2011).

Durante los últimos cinco años la penetración a los mercados se los ha realizado de manera digital principalmente, y es que hoy en día el marketing ha identificado que las necesidades de los clientes pueden ser satisfechas con un solo clic o con el sencillo uso de un smarthphone. Gracia (2017) afirma que “el impacto de la tecnología ha convertido a los tradicionales consumidores en súper-consumidores” (p.2).

Efectos en las pymes ecuatorianas del sector turístico

Desde luego es inevitable que en el sector empresarial repercutan las consecuencias de las gestiones realizadas por el marketing turístico en el Ecuador, por tal razón el gobierno de Rafael Correa empezó a incentivar con gran ímpetu a los emprendedores para la apertura de nuevo negocios con ideas innovadoras que resulten atractivas a los ojos de los turistas extranjeros, que de acuerdo al Ministerio de Turismo visitan el país con más frecuencia desde España, Italia, China y Estados Unidos.

Los micro, pequeños y medianos empresarios se han beneficiado en gran medida con el aumento de turistas tanto nacionales como internacionales que visitan y recorren el Ecuador cada vez con mayor frecuencia.

De acuerdo a datos del Ministerio de Turismo (2014) el país desarrolló “11 líneas de producto: circuitos generales, sol y playa, turismo comunitario, parque temáticos, ecoturismo y turismo de naturaleza, turismo de deportes y aventura, turismo de salud, agroturismo, MICE (Reuniones, Incentivos, Congresos, Convenciones y Exhibiciones) y cruceros”(p.19), por lo que en estas áreas principalmente las pymes se han potenciado.

Para ser más específicos la misma entidad, Ministerio de Turismo (2014) afirma que:

Los circuitos turísticos generales son el primer producto turístico más comercializado, constituyendo un 46% de la oferta, el ecoturismo es el segundo constituyendo un 21%, los cruceros (principalmente a las Islas Galápagos) son el tercer producto turístico más comercializado representando un 13% y

finalmente, el turismo cultural es el cuarto producto turístico más comercializado, representando el 7%. (p.17)

Estos datos estadísticos representan un importante indicador con respecto a la gestión, creación e impulso de nuevos negocios en el país, ya que de esta manera los futuros empresarios poseen un panorama más claro de las preferencias de los clientes y de sus proyecciones de consumo al momento de empezar a vivir la experiencia turística.

Cabe destacar que el microempresario ecuatoriano requiere de competencias y conocimientos importantes para pertenecer a este sector, tales como habilidades de comunicación, idiomas, capacidad de servicio, así como contactos en diversas áreas que faciliten la experiencia del turista en el Ecuador.

Conclusiones

A manera de conclusión se puede mencionar que el marketing turístico es una herramienta sumamente importante para los países, sobre todo en vías de desarrollo, para poder dar a conocer todos los recursos, lugares, gastronomía, deportes, entre muchas otras cosas que tienen disponible para realizar a los turistas de diferentes regiones del mundo.

Es trascendental que exista un trabajo coordinado entre la empresa pública y empresa privada para poder sacar mejor provecho de los proyectos turísticos, porque de esta manera si el sector público es el impulsador realizará una correcta inversión en un lugar donde realmente amerite, y para la empresa privada puede contar con las facilidades que requiera para consolidar el proyecto y hacerlo sostenible en el tiempo.

Ecuador es un país con un elevado potencial en turismo que aún no termina de despegar, sin embargo las acciones que se han venido realizando desde hace más de diez años atrás permite a las micro, pequeñas y medianas empresas consolidar un poco más sus actividades económicas y también promueve el emprendimiento para la creación de empresas que ofrezcan productos o servicios cuya producción genere un alto valor agregado al turista, sobre todo en el tema de servicio al cliente.

Referencias

- Aires, G., & Nicolau, K. (2010). Marketing turístico internacional. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19, 241-267.
- Ferreira, S., Real, E., & Rial, A. (2011). Aplicación del escalamiento multidimensional al marketing turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 21-33.
- González, C., & Martínez, S. (2013). La marca territorio como elemento de la comunicación: Factor estratégico del desarrollo turístico en Cuenca. *Pensar la Publicidad*, 7(1), 113-134.
doi:http://dx.doi.org/10.5209/rev_PEP.2013.v7.n1.42439
- Gracia, P. (7 de Julio de 2017). *Inturea*. Obtenido de <http://blog.inturea.com/nuevo-concepto-de-marketing-tur%C3%ADstico>
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., García de Madariaga, J., & Flores, J. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Pearson.
- Marinao, E., Torres, E., & Chasco, C. (2014). Familiaridad con los destinos turísticos. Rol de la percepción de beneficios. *Estudios Gerenciales*, 30, 243–251.
- Ministerio de Turismo. (2014). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador*. Quito: Ministerio de Turismo.
- OIT. (2016). *2016 Annual Report*. Estados Unidos: UNWTO.
- Parra-Meroño, C., & Beltrán-Bueno, M. (2014). Estrategias de marketing turístico. *Retos Turísticos*, 2(1), 1-14.
- Ramírez, D., Otero, M., & Giraldo, W. (2014). Comportamiento del consumidor turístico. *Criterio Libre*(20), 166-183.

(Julio 2017)

PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING DE PRODUCTO TURÍSTICO “FERIA GANADERA SAN JACINTO DE BALZAR” EN EL CANTÓN BALZAR PROVINCIA DEL GUAYAS - ECUADOR

**Pinos Mariela
Medrano Ailin
Gutierrez Aline
Castro Parsival**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil
marielpinosg@hotmail.com; mariela.pinos@cu.ucsg.edu.ec

Resumen

La Asociación de Ganaderos de Balzar realiza anualmente la feria ganadera “San Jacinto de Balzar” en el mes de agosto, esta feria se ha realizado con el esfuerzo de sus socios siempre con resultados positivos, sin embargo no han aplicado ningún plan para su organización y su mercadeo.

El presente trabajo propone realizar un plan de marketing a partir de un diagnóstico actual de la feria y un estudio de mercado. El diagnostico se realizó a través de una adaptación de la Metodología de caracterización de comunidad de Carla Ricaurte y un análisis del desarrollo de la feria realizado a través de una adaptación de la metodología de Bauerochse – Barbosa.

También se realizó un estudio de mercado que dio la línea base para diseñar el plan de marketing el cual enfoca sus estrategias para llegar a los siguientes mercados: familias, asociaciones de ganaderos de la provincia y expositores. Además en fidelizar a los habitantes del cantón Balzar que se encuentra ubicado en la provincia del Guayas y generar un posicionamiento de marca en feria.

Palabras clave: Plan de marketing, feria ganadera, Balzar.

Abstract

The Balzar Cattlemen's Association held the San Jacinto of Balzar annual cattle fair in August.

This fair has been done through the efforts of its partners always with positive results however have not implemented any plan for their organization and marketing.

This paper proposes to carry out a marketing plan from a current diagnosis of the fair and a market study. The diagnosis is made through an adaptation of the community characterization methodology of Carla Ricaurte and an analysis of the development of the fair made through an adaptation of the Bauerochse - Barbosa methodology.

Was also made a market study which gave the baseline for designing the marketing plan which focuses its strategies to reach these markets: families, associations of farmers in the province and exhibitors and also to generate loyalty to the people of Balzar and generate and a brand positioning in fair.

Keywords: marketing plan, cattle fair, Balzar.

Introducción

Balzar es uno de los 25 cantones que forman parte de la Provincia del Guayas. Se encuentra ubicado en la parte norte de la misma, al margen derecho del río Daule. Su población de acuerdo al Censo de Población y Vivienda del año (2010) es de 53.937 habitantes.

La Asociación de Ganaderos de Balzar es una organización fundada el 20 de mayo de 1994 que posee 57 miembros quienes son los organizadores de la Feria Ganadera San Jacinto de Balzar la misma que se realiza tres días en el mes de Agosto al mismo tiempo que los festejos por las festividades de San Jacinto.

La feria es una actividad donde se junta la oferta y la demanda en un lugar específico y fechas establecidas generando una oportunidad para establecer un contacto directo entre empresarios y compradores con el fin de instaurar relaciones comerciales.

La Feria Ganadera de Balzar tiene actividades que destacan como la elaboración del “queso más grande del mundo”, concursos y exposición de ganado, de exposición maquinaria agrícola, rodeo montubio y el deguste de platos típicos.

Dicha feria ha crecido dinámicamente durante los últimos años, convirtiéndose en una oportunidad de negocio para los miembros de la asociación. Sin embargo carece de una planificación de marketing y objetivos medibles.

Por tal motivo, el presente trabajo propone la elaboración de un plan de marketing a partir de un diagnóstico de feria y un estudio de mercado enfocado en fortalecer las estrategias de marketing, posicionamiento de marca y de esta manera asegurar el crecimiento sostenible de la feria.

Desarrollo

Para realizar la siguiente propuesta se realizó el diagnóstico actual de la feria como insumo básico para propuestas de planes de mejora y mercadeo de la misma. El diagnóstico se realizó a través de una adaptación de la Metodología de caracterización de comunidad de Carla Ricaurte (2009), el análisis del desarrollo de la feria realizado a través de una adaptación de la metodología de Bauerochse y Barbosa (2006) y encuestas a la demanda.

La metodología propuesta por Ricaurte (2009) utiliza como referencia el Sistema Turístico propuesto por Sergio Molina (2000), el cual concibe al turismo como un sistema abierto, que aporta insumos que al ser procesados pueden convertirse en un producto turístico además este mismo sistema posee 6 subsistemas divididos de la siguiente manera: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo común.

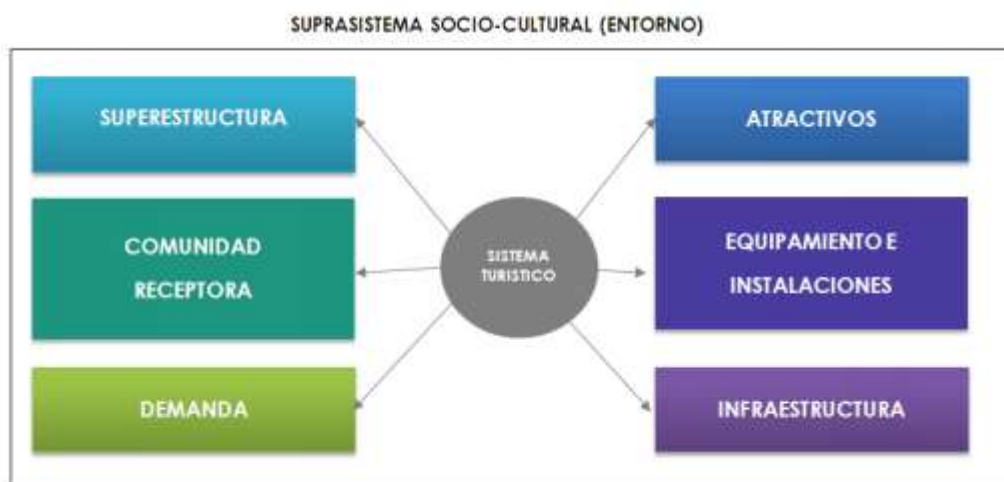


Figura 1: Sistema Turístico propuesto por Sergio Molina
Fuente: Molina, Sergio: Conceptualización del Turismo, México, Limusa, 2000.

Luego de identificar los 6 subsistemas antes mencionados en la Feria Agro turísticos de San Jacinto de Balzar se procede a levantar la información del 1 al 6 de agosto del 2016 obteniendo como resultados relevantes los siguientes:

Superestructura:

En el caso de la Feria se ha identificado las siguientes instancias.

Tabla I. Instituciones relacionadas con la gobernanza

Institución	Nombre	Desde	Hasta	Tipo de ayuda
Pública	Prefectura del Guayas	Febrero 2016	Actualidad	Creación de infraestructura y facilidades
Privada	Universidad Católica de Guayaquil (Facultad Técnica para el Desarrollo)	18 de julio 2016	14 de agosto 2016	Capacitaciones

Fuente: Elaboración propia

Comunidad Receptora:

Está conformada por los habitantes de una comunidad local que están relacionados directa o indirectamente con las actividades turísticas. Son un elemento dinamizador y fundamental en el desarrollo turístico. Molina (1991).

En la feria trabajan o participan de manera directa o indirectamente 230 personas, que en un 85% pertenecen a Balzar. Dentro de la organización se encontraron algunas competencias como; liderazgo, administración y comercialización. Los hombres y las mujeres tienen una participación igualitaria dentro de la organización de la feria, esto queda evidenciado en los días en los que se realiza la misma, ya que poseen diferentes comisiones dentro de la organización.

Demanda

Comprende el total de personas que viajan o desean viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. Por lo tanto, está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de servicios turísticos. Organización Mundial del Turismo (1998).

Tabla II. Caracterización de la demanda

Visitantes de la Feria					
Hombres			Mujeres		
47%			53%		
Lugar de residencia					
Balzar	Guayaquil	Colimes	El Empalme	Otros	
54%	24%	7%	5%	10%	
Rango de Edad					
18-23	24-29	30-34	35-39	40 o más	
25%	32%	5%	5%	35%	
Nivel de Estudios					
Escolar	Secundaria	Universidad	Post - grado	Ninguno	
1%	41%	31%	26%	1%	
Visita a la Feria					
Primera Visita		Más de una visita			
34%		66%	2-3	28%	
			3-4	19%	
			5-6	13%	
			6 o más	40%	
Con quién visita la feria					
Solo	Amigos	Pareja	Familiares		
18%	26%	14%	42%		
Medios de Difusión					
Radio	TV	Valla Publicitaria	Periódico	Redes Sociales	Amigos
25%	19%	4%	1%	24%	27%

Nivel de Satisfacción					
Actividad de Principal Interés					
Rodeo Montu bio	Elaboración del queso más grande	Puestos de comida típica	Shows artísticos	Exposición de maquinaria agrícola	Exposición de ganado
43%	22%	5%	11%	7%	12%
Limpieza del Recinto Ferial					
Muy desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo, ni en desacuerdo		De acuerdo	Muy de acuerdo
5%	13%	17%		26%	39%
Percepción del costo de la entrada					
Muy desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo, ni en desacuerdo		De acuerdo	Muy de acuerdo
7%	12%	13%		16%	52%
Atención dentro del recinto ferial					
Muy desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo, ni en desacuerdo		De acuerdo	Muy de acuerdo
6%	4%	18%		24%	48%
Intención de compra para el próximo año					
SI			NO		
99%			1%		
Expositores					
Lugar de emprendimiento					
El Empalme	Guayaquil		Daule		Santo Domingo
8%	62%		15%		15%
Razones de Participación					
Mejorar su comunicación con sus clientes	Iniciar nuevas relaciones de negocios		Compararse con otros emprendimientos	Intercambiar experiencias	Contactos con otros empresarios del medio
23%	35%		8%	12%	22%

Arrendaría el stand el otro año						
SI			NO			
69%			31%			
Ubicación del Stand						
Excele nte	Muy Buena		Buena	Regular	Debe Mejorar	
53%	23%		8%	8%	8%	
Organización de la Feria						
Excele nte	Muy Buena		Buena	Regular	Debe Mejorar	
19%	11%		35%	23%	12%	
Espacio de exhibición						
Excele nte	Muy Buena		Buena	Regular	Debe Mejorar	
34%	27%		12%	15%	12%	
Condiciones generales de los Locales						
Excele nte	Muy Buena		Buena	Regular	Debe Mejorar	
8%	19%		27%	27%	19%	
Contactos Realizados						
Excele nte	Muy Buena		Buena	Regular	Debe Mejorar	
19%	12%		0%	38%	31%	
Publicidad						
Excele nte	Muy Buena		Buena	Regular	Debe Mejorar	
12%	19%		34%	8%	27%	
Sugerencias						
Conexiones eléctricas	Mejora del suelo	Mejorar organización y publicidad	Respetar las reservas de stand	Segurida d	Orden de categor ías	Variedad de oferta gastronó mica
34%	8%	18%	8%	8%	8%	8%

Fuente: Elaboración propia

Atractivos Turísticos

Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Rubén (2011).

Se caracteriza los atractivos turísticos, utilizando la Metodología de Inventarios Turísticos del Ministerio de Turismo. Ecuador (2004). Obteniendo como atractivos relevantes los siguientes:

Tabla III. Caracterización de la demanda

Atractivos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Queso más grande de la región 	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Gastronomía	2
Rodeo Montubio 	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Rodeos	3

Fuente: Elaboración propia

Equipamiento

Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin. Organización Mundial del Turismo (1998)

Con respecto a la alimentación la feria posee 8 stands de servicios de alimentación, 4 de comida criolla, 1 de jugos típicos, 1 de comida gourmet y 2 de comida rápida. Con una capacidad para 296 personas en total.

Instalaciones

Comprende el conjunto de bienes servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo. Itur Cayambe. Ecuador (2011)

Posee 7 juegos tradicionales infantiles, 3 instalaciones para alquiler de caballos, una plaza para rodeos montubios, una gallera y una plaza para exhibición y premiación de ganado.

El galpón para entretenimiento nocturno que funciona el sábado hasta las 03h00 y 4 galpones para la observación de ganado.

Con respecto a este apartado, posee una boletería y un terreno que funciona como garaje. Además de un stand de primeros auxilios operado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Balzar, con una ambulancia.

Infraestructura

Son los sistemas de transportes y comunicaciones que permiten los desplazamientos y la transmisión de mensajes de los agentes turísticos. Rubén (2011)

El recinto ferial se encuentra a 3,7 km de la cabecera cantonal y a 120 km del centro turístico más cercano, que en este caso es Guayaquil.

La principal vía de acceso es pavimentada, sin un terminal terrestre pero con una parada de todos los buses inter-cantoniales e interprovinciales que pasan por la zona.

El transporte público terrestre que presta servicio desde los principales centros turísticos.

Tabla IV. Cooperativa de Transporte

Nombre de la Cooperativa	Estación o Terminal	Tipo de transporte		Frecuencia de servicios
		Local	Inter cantonal	
Rutas Balzareñas	N/A		X	Cada quince minutos
Rutas Empalmeñas	N/A		X	Cada veinte minutos
Rutas Vinceñas	N/A		X	Cada veinte minutos
Cooperativa Sucre	N/A		X	Cada cuarenta y cinco minutos
Cooperativa T.I.A. S.A.	N/A		X	Cada treinta minutos

Fuente: Elaboración propia

Existe señal de telefonía celular en todo el recinto ferial. Además, existen 7 tomas de agua potable, que pertenecen a la red pública, cuentan con 3 baterías sanitarias, de las cuales dos son para mujeres y una para hombres. Las excretas se eliminan por medio de alcantarillado público.

Mientras que en la plaza de toros que es ocupada para el rodeo montubio existen 5 baterías sanitarias para hombre y mujeres.

Posee 11 tachos de basura, que son recogidos dos veces al día, para depositarse en un recolector general, donde el transporte de basura municipal realiza la recolección diaria.

El servicio de energía eléctrica pertenece al sistema interconectado nacional, dentro del recinto ferial los stands cuentan con servicio de energía eléctrica, con un punto de luz y una toma eléctrica.

Poseen un puesto de auxilio inmediato, con un equipo de la Cruz Roja y una ambulancia proporcionada por los bomberos de Balzar. El hospital se encuentra al 3,7 km de distancia a 8 minutos del recinto ferial.



Figura 2. Proceso de análisis de desarrollo de la Feria San Jacinto de Balzar

Fuente: Elaboración propia

Para realizar el levantamiento de esta información se realiza observación directa durante los procesos, recolectando la información en una ficha, obteniendo los siguientes resultados:

Paso 1: Preparación

Planificación

La feria se empieza a preparar con dos meses de anticipación, cuando se eligen dentro de la asociación el organigrama para la planificación del evento.

En ese momento se fijan los objetivos a alcanzar. No poseen misión ni visión pero sí estrategias de planificación, con metas definidas. El concepto principal de la feria es la exposición de ganadería vacuna o bovino y el expendio de suministros para esta actividad. La feria utiliza como logo, el mismo de la Asociación de Ganaderos, sin plan de acción definido.

Organización

Posee un comité organizador diferente al comité de la Asociación, cuyos miembros son; el Ing. Teodoro Meza, como presidente del Comité y el Arq. Pedro Centeno, organizador de eventos. Estos son los encargados de planificar las actividades necesarias, así como de realizar las actividades y seguimiento de promoción.

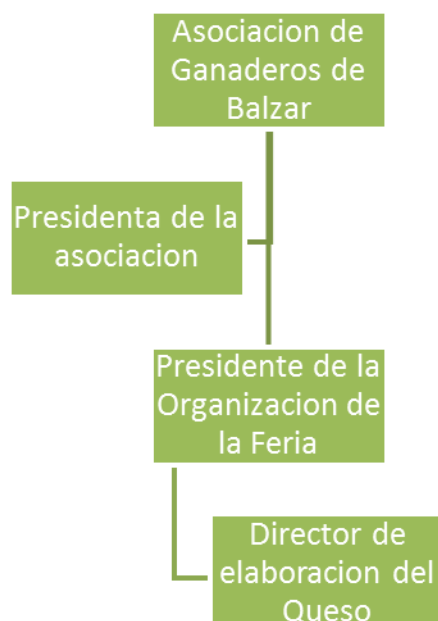


Figura 1. Organigrama Feria

Fuente: Elaboración propia

Elaboración de Stand

El comité organizador es el encargado de planificar y organizar la negociación, designación y definir las ubicaciones de los stands de acuerdo a sus características específicas.

Paso 2: Ejecución

Preparación de los Recursos

Una semana antes del evento se realiza la última reunión previa a la realización de la feria y se procede a realizar las siguientes actividades:

- Se confirman el listado de las empresas expositoras, previo firma de contrato de arrendamiento.
- Se revisa la distribución de los diferentes expositores en el recinto ferial.
- Lista de materiales necesarios para el montaje y desmontaje de la feria.
- Confirmación de ganaderos participantes en la organización.
- Verificación de artistas invitados
- Revisión de sponsors y contratos
- Revisión de montaje de tarimas.
- Revisión del presupuesto inicial

Monitoreo

Cada segmento de organización de la feria lleva un control de la utilización de los recursos que deberán ser expuestos en las reuniones con los diferentes miembros de la asociación, donde se revisan los resultados alcanzados y se socializan las inconformidades detectadas. No hay forma de identificar a los expositores, no tienen nada que los identifique de esa manera.

Operación

La feria para su operación posee un comité, que posee sus competencias definidas. No existe un reglamento interno para participantes ni para el uso de las instalaciones.

Logístico

Un día antes del montaje de la feria se designa de acuerdo a las características de los espacios, se realiza la asignación de los espacios y se los numera para que puedan ser utilizados por los expositores. No existe suficiente seguridad en el montaje. Los expositores conocen las fechas con anterioridad.

Promoción y Publicidad

La feria no posee estrategias de promoción definidas, se realizan acciones aisladas que hasta ahora han dado resultados, que pudieran causar mayor impacto si se realizara de manera técnica.

Dentro de la organización, no hay alguien encargado exclusivamente de la promoción, lo que le resta efectividad en esta área.

Se realizan propagandas en dos canales locales 24 y 31, así como en las emisoras radiales locales; Aries y Burbujas.

Posee un listado de clientes, que no es actualizada continuamente y no se realiza ninguna actividad para estimular la participación de los expositores.

Paso 3: Evaluación

Seguimiento, evaluación y sistematización

No se realiza un sondeo, ni evaluación con los expositores para verificar si consiguieron las metas.

Datos relevantes del Estudio de mercado

Para realizar el estudio de mercado se realiza un estudio cuantitativo, que de acuerdo a Schiffman (2010) es de índole descriptivo y es utilizado por los investigadores para comprender los efectos de diversos insumos promocionales en el consumidor. Dándole así a los mercadólogos, la oportunidad de “predecir” el comportamiento del consumidor.

La población de estudio son los asistentes a la Feria Ganadera San Jacinto de Balzar, a realizarse del 5 al 7 de agosto del 2016. Donde según los ingresos en la boletería de la feria asistieron 30000 personas durante los tres días. Para el muestreo se ha utilizado el muestro aleatorio simple, ya que se elige de forma aleatoria a la unidad, obteniendo los siguientes resultados.

El 53% de los visitantes fueron hombres y el 47% mujeres; el 41% poseen nivel de educación universitaria. El 54% tienen como lugar de origen Balzar, los rangos de edad de los visitantes fluctúan entre los 18 a 34 años; el 66% visita por primera vez la feria y el 42% la visita en familia. Su principal motivación es el rodeo montubio y se enteraron del evento el 27% por amigos.

El 70% de los visitantes se encuentra satisfecho por la atención. El 62% de los expositores fueron de Guayaquil y el 69% de los expositores participarían nuevamente.

Propuesta:

La feria se realiza en las 8 hectáreas que le pertenecen a la asociación y los productos que ofrecen son:

- Alquiler de Stand
- Ingreso al recinto ferial
- Cobro por estacionamiento
- Venta del Queso

El MINTUR (2014) menciona que el mercado interno, viaja usualmente por motivos de visita a familiares y amigos, sin embargo, cuando realiza viajes por vacación, ocio o recreación, el primer motivo es Sol y Playa (37).

El alojamiento no es uno de los principales gastos para este mercado, lo son alimentación y transportación, ocupando el primer y segundo lugar respectivamente.

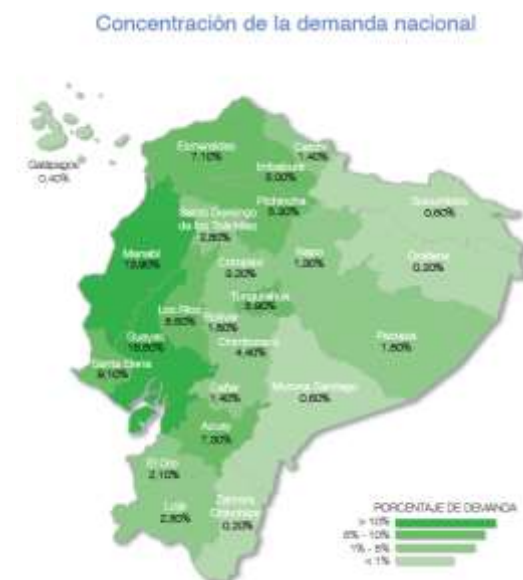


Figura 4. Concentración de la demanda

Fuente: MINTUR Estadísticas Anuales (2014)

Las provincias más visitadas: Guayas, Pichincha, Tungurahua, Manabí, Esmeraldas, Santa Elena y el Carnaval es la fecha en feriado más concurrida MINTUR (2014) (37).

El transporte terrestre es el más usado, el 51.12% viaja por transporte público, el restante transporte propio.

Tabla V. Segmentación de mercado de la Feria Ganadera San Jacinto de Balzar

Segmentación geográfica:	<ul style="list-style-type: none"> • Residentes en el Ecuador • Provincia del Guayas y Los Ríos
Segmentación demográfica:	<ul style="list-style-type: none"> • Hombres y Mujeres • 20 a 60 años • Clase media- baja • Bachilleres y tercer nivel
Segmentación Psicográfica:	<ul style="list-style-type: none"> • Interesados en exposición de ganado, maquinaria agrícola, venta de insumos agrícolas • Prefieren pagar sus consumos en efectivo • Disfrutan de actividades recreativas y lúdicas al aire libre • Interesados en el agroturismo como motivación turística • Que busquen recrearse en una zona cercana a su lugar de residencia
Segmentación Conductual:	<p>Personas que necesiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unir sus actividades de negocios con el ocio • Recrearse en un ambiente rural • Gusten de tradiciones

Fuente: Elaboración propia

Es importante destacar que durante las fechas en las que se realiza la feria no hay ningún tipo de evento con características similares, por tal razón se buscó productos sustitutos que se detallan a continuación.

Tabla VI. Cuadro de competencia

Nombre de Feria	Ciudad	Tipo de Feria	Productos
Feria Nacional del Queso	Cayambe	Feria de exposición, degustación y comercialización de quesos del Ecuador	Tour ruta de la leche. Concurso del mejor queso
Expo Mejía	Machachi	Se exponen productos agrícolas, alimentación, arte, calzado y construcción.	
Feria Agrícola Ganadera Santa Lucia	Santa Lucia	Exposición de ganado, paseos a caballo y shows artísticos	
Expo feria Ganadera	Durán	Exposición de ganado, paseos a caballo y shows artísticos	

Fuente: Elaboración propia

El Producto

La Feria Ganadera es un acontecimiento programado para las festividades de San Jacinto de Balzar y nace por una iniciativa de la asociación de ganaderos del cantón, para buscar formas de financiar las obras que la iglesia católica del cantón realiza. Esta feria en sus inicios se la realizaba en el parque central y el evento más importante era la realización del queso más grande de la zona.

Luego de algunos años la asociación adquiere el terreno que el día de hoy es el recinto ferial, en el recinto ferial se puede encontrar facilidades como: una gallera, la plaza de toros y las instalaciones de la asociación.

Durante los días de la feria se realizó el levantamiento de información y luego de observación directa, la realización de encuestas tanto a los visitantes de la feria como a los representantes de empresas que alquilan espacios por los días de implementación, se estima que se deben realizar las siguientes necesidades de intervención, para mejorar la calidad de servicio dentro del recinto ferial:

Tabla VI. Necesidades de Intervención

1. 10 baterías sanitarias (5 varones y 5 mujeres)
2. Señalética dentro del recinto
3. Tachos de Basura
4. Aumento de la seguridad antes y durante la realización de la feria
5. Aumento de conexiones eléctricas
6. Compactación del terreno

Fuente: Elaboración propia

ANALISIS FODA

Tabla VII. FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Cuenta con una organización sólida.</p> <p>Tiene 8 hectáreas de terreno propio con graderíos para rodeo montubio.</p> <p>Es conocida a nivel provincial.</p> <p>Cuenta con un nivel aceptable de asistencia.</p> <p>Los organizadores son abiertos a sugerencias.</p> <p>Cuenta con personas en la parte logística.</p> <p>El producto está posicionado dentro del mercado de Balzar.</p>	<p>El turismo interno tiene tendencia a crecer.</p> <p>Las ferias ganaderas son de interés publicitario para marcas de consumo masivo.</p> <p>Complejo de feria al pie de carretero, de fácil accesibilidad.</p> <p>Espacios dentro de feria con potencial para ampliación de espacios recreativos y stands de alimentación.</p> <p>Visitantes de la feria con tendencia a repetición de visita.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Falta de promoción a nivel nacional.</p> <p>Falta de cultura administrativa.</p> <p>Falta de baterías sanitarias dentro del recinto.</p> <p>Limpieza deficiente del recinto.</p> <p>Mala distribución de los stands dentro del recinto.</p>	<p>Crisis económica, debido a precio petróleo, disminuye la capacidad de consumo de la clase media- baja.</p> <p>Aumento de desempleo.</p> <p>Talento humano no apto para atender la demanda deseada.</p> <p>Desinterés del mercado en este tipo de servicio.</p> <p>Mala Logística y manejo de desechos sólidos.</p>

Fuente: Elaboración propia

MARKETING MIX – 4P’S

Precio	<ul style="list-style-type: none"> •Entrada \$2 por persona •Alquiler de stand \$1 por m2
Producto	<ul style="list-style-type: none"> •Feria ganadera de Balzar •Stand de alquiler
Plaza	<ul style="list-style-type: none"> •Ubicación estratégica del recinto •Mercado familias que gustan de recreación •Estratos medio, medio - bajo
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> •Marketing directo •Relaciones públicas

Figura 5. Matriz Marketing Mix

Fuente: Elaboración propia

MATRIZ DE ANSOFF



Figura 6. Matriz de Ansoff

Fuente: Elaboración Propia

La estrategia que se aplicará en el presente plan de marketing es el de penetración de mercados a través de las estrategias que se mencionan a continuación.

Estrategia de Producto

Transmitir un producto completo y diferenciado de otras ferias y actividades recreativas, destacando como elemento diferenciador la elaboración del queso más grande del mundo.

La asociación de ganaderos de Balzar será el respaldo oficial de la marca Feria ganadera San Jacinto de Balzar.

Beneficio del Producto

Tabla IX. Beneficio del Producto por segmento

Para las familias:	Recreación a bajo costo	Las familias de la zona podrán recrearse con los shows artísticos, rodeo
---------------------------	-------------------------	--

		montubio y concursos de ganado que se realizan dentro de la feria por un único precio de entrada.
	Concursos y premios por compra de ticket	Para incentivar la repetición de visita se realizarán sorteos con el número de entrada que se encontrara en el talonario del boleto. Los premios serán otorgados por los auspiciantes y por la asociación de ganaderos de Balzar.
Para las asociaciones ganaderas de la provincia del Guayas	Servicio preferencial	Las asociaciones ganaderas que nos visiten de otras provincias tendrán un espacio especial en la feria para la exhibición de sus ejemplares bovinos, así como parqueo para el vehículo en que se transportan tarifas especiales para su alojamiento y descuento en alimentación.
	Reconocimientos	Para los participantes de los concursos ganaderos que vengan de otras asociaciones se les dará placa de reconocimiento por su participación

Fuente: Elaboración propia

Diferenciación

- La elaboración del queso más grande del mundo.
- La ubicación al pie del carretero con 8 hectáreas de uso de feria.
- Posee plaza de rodeo montubio nueva de cemento.
- Único evento programado que se realiza en el mes de Agosto.
- Facilidad para reservar y contratar alquiler de stands

Imagen

La propuesta del producto tiene su propia marca de feria, la misma que se identifique con el del segmento de recreación que se está ofertando a familias y personas que gustan de ferias ganaderas.

Feria Ganadera San Jacinto de Balzar - Muuuuuy Bacán! es el nombre propuesto ya que el nombre es algo que la gente identifica y el slogan puede cambiar año a año para generar novedad en los visitantes.

El nombre junto con el slogan que será una vaca premiada en asociación a los concursos ganaderos y junto a la vaca un queso que representa la elaboración del queso gigante dentro de la feria.

Los colores elegidos son el verde representando al verdor de la zona de Balzar y al agro, el amarillo por el sol , negro y blanco para representar el ganado bovino .

El slogan **Muuuuuy Bacán !** es una frase joven y fresca que invita a las familias a pasar un buen momento en un ambiente rural.

Vaca Ganadora y Queso Gigante

- Vaca con medalla ganadora
- Queso
- Colores amarillo , verde y blanco

Logo Feria Ganadera:

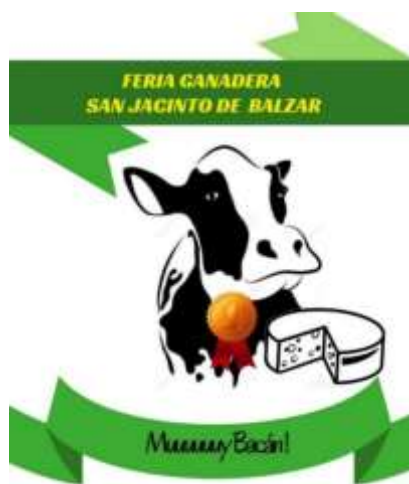


Figura 7. Logo

Fuente: Elaboración propia

Slogan : Muuuuuy Bacán!

Conceptualización de la marca: Atributos

Tabla X. Atributos de la marca Feria Ganadera San Jacinto de Balzar

FISICOS	EMOCIONALES
<ul style="list-style-type: none"> · Recinto ferial de 8 hectáreas de dimensión · Recinto al pie de la vía Balzar – El Empalme · Plaza de rodeo montubio hecha en cemento con graderíos y 5 baños para hombre y para mujeres · Plaza de exhibición de ganado con gradas de acero y aluminio con baño para hombre y mujer · Stands de alimentación , exposición y establos hechos con materiales propios de la zona · Amplia área de parqueo · Área de boletería y entrada · Carpa gigante con tarima para shows nocturnos 	<ul style="list-style-type: none"> · Diversión · Emoción · Alegría · Satisfacción · Seguridad
	SOCIALES
	<ul style="list-style-type: none"> · Actual · Aventurero
	SIMBÓLICOS
	<ul style="list-style-type: none"> · Color verde , amarillo , blanco y negro

Fuente: Elaboración propia

Estrategia de Precio

1. Por horario de visita, precios especiales para familias y niños gratis por la compra de 2 adultos en horarios de la mañana. Esta estrategia nos servirá para desestacionalizar el horario de visitas y descongestionar las visitas en horas de alta demanda como los shows artísticos
2. Por compra anticipada, precios especiales para las personas que compren sus entradas con una semana de anticipación en el punto de venta Asociación Ganaderos de Balzar.
3. Por grupo mayores a 10 personas tarifas especiales en entrada a la feria.

Estrategia de Servicio

1. Fortalecer al personal de logística de la feria para un servicio al cliente de calidad con un alto grado de dinamismo para resolver problemas dentro de feria.
2. Ofrecer actividades y shows dentro de la feria que generen una experiencia única en el visitante.

Estrategia de Promoción y Acciones**Tabla VIII. Estrategia 1: Mejora de Producto**

Acción: Concursos y rifas durante días de feria		
Descripción: Realización de sorteos varios durante el día para motivar a los asistentes a regresar varios días. La entrada será numerada y con el número de entrada participara en el sorteo de premios (ganado) que serán solicitados como donación a los ganaderos.	Responsable: Administrador de la feria	Presupuesto: \$200
Acción: Shows artísticos variados		
Descripción: Desarrollar una agenda de shows artísticos distribuidos en diferentes horarios para los días de ferias, con artistas de interés tanto para niños, jóvenes y adultos.	Responsable: Comité organizador Asociación de Ganaderos de Balzar	Presupuesto: \$4000
Acción: Realizar encuestas de satisfacción de los visitantes		
Descripción: Realizar convenio con estudiantes universitarios de la universidad para que sean	Responsable: Jefe de comunicación	Presupuesto: \$200

las personas encargadas de realizar las encuestas de la satisfacción.		
Acción: Realizar visitas a las ferias que se desarrollan en el cantón		
Descripción: Realizar visitas a las ferias de Santa Lucia , Duran y Cayambe para tomar ideas y ver que se puede implementar o mejorar de la feria ganadera en Balzar.	Responsable: Presidente de la feria	Presupuesto: \$200

Fuente: Elaboración propia

Tabla IX. Estrategia 2: Implementar imagen corporativa

Acción: creación de logo , pagina web , línea grafica en papelería		
Descripción: Crear un logo, diseño de una página web del evento, redes sociales fan page de Facebook e instagram, diseñar una línea grafica en la papelería para las comunicaciones a los medios de comunicación y dentro del evento.	Responsable: Jefe de comunicación	Presupuesto: \$2100
Acción: Registro de marca en el IEPI		
Descripción: Gestionar en el IEPI los trámites pertinentes para registrar la marca Feria Agrícola Ganadera de San Jacinto de Balzar y así regular su uso y proteger la marca.	Responsable: Jefe de comunicación	Presupuesto: \$250

Fuente: Elaboración propia

Tabla X. Estrategia 3: Posicionamiento en el mercado local

Acción: Realizar el lanzamiento del producto Feria Ganadera Agro turística de Balzar		
Descripción: Establecer contacto con la municipalidad de Balzar e invitar a sus representantes y a la tv visión 24 de Balzar	Responsable: Presidente Asociación de Ganaderos	Presupuesto: \$500

para retransmitir el evento		
Acción: Difundir el producto en medios de comunicación cantonal		
Descripción: Realizar vallas publicitarias para colocar en buses urbanos, en la carretera al pie de la feria Realizar e-marketing a través de redes sociales Pautar en radio AM y FM, en diales populares Solicitar reportaje a los medios de televisión canal 24.	Responsable: Jefe de comunicación de la asociación de Ganaderos	Presupuesto: \$800
Acción: Creación de nuevas categorías de concursos de exhibición animal		
Descripción: Creación de nuevas secciones de concurso y exhibición de ejemplares ecuestres pura sangre .	Responsable: Comité organizador de la feria de la asociación de ganaderos de Balzar.	Presupuesto: \$100
Acción: Creación de Agenda de evento y difusión a las asociaciones ganaderas y agencias de viajes		
Descripción: Crear un folleto en la cual se encuentre el mapa de la feria con descripción de stands y el cronograma de eventos día a día.	Responsable: Jefe de comunicación de asociación de Ganaderos de Balzar.	Presupuesto: \$800
Acción: Entrega de Kits para expositores y personal de logística		
Descripción: Realizar entrega de kits que consistirán de camiseta y gorra con logo de feria en la parte frontal en la parte posterior la palabra logística o expositor acorde sea el caso , también collar colgante con identificación	Responsable: Presidente de la feria	Presupuesto: \$3000
Acción: Elaborar y entrega de envases plásticos y fundas con logo de feria		

Descripción: El día de la venta del queso entregar el producto en un empaque hermético con logo de feria.	Responsable: Director de la elaboración del Queso	Presupuesto: \$1000
Acción: Elaboración y distribución de Merchandise con logo de feria		
Descripción: Creación de artículos como llaveros, camisetas, gorras, bolsas de tela con logo de feria para ver vendidos dentro de feria.	Responsable: Presidente de la feria	Presupuesto: \$3200
Acción: Creación de Base de Datos		
Descripción: Realizar base de datos de proveedores, expositores, concursantes de asociaciones ganaderas que participan de la feria.	Responsable: Personal de Logística	Presupuesto: \$50

Fuente: Elaboración propia

Plan de Medios

El plan se dirige a personas que gustan de ferias ganaderas que se encuentran entre los 20 y 60 años, tanto hombres y mujeres de clase media, media baja.

Medios elegidos:

Para la comunicación del producto se considerado presentarlo al mercado objetivo a través de publicidad tanto en periódicos, revistas especializadas en agro, radio, vallas móviles en buses urbanos y valla fija al pie del recinto ferial.

Para los miembros de asociaciones ganaderas de otras provincias se les hará llegar invitaciones de participación a la feria junto con un brochure del evento, al igual que operadoras de turismo y agencias de viaje de la ciudad de Guayaquil.

Estrategias en Comunicación:

Material POP para entregar a la entrada de feria en la cara frontal agenda del evento y en la parte posterior mapa del recinto ferial.

Boleto de entrada de la feria en la parte frontal logo de feria con número de entrada en la parte posterior publicidad de principales auspiciantes.

Plan de Acciones

Tabla XIV. Plan de Acciones

ESTRATEGÍA	ACCIÓN	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Mejora de Producto	Concursos y rifas durante días de feria								X				
	Shows artísticos variados								X				
	Realizar encuestas de satisfacción de los visitantes								X				
	Realizar visitas a las ferias que se desarrollan en el país							X			X		
Implementar Imagen Corporativa	Creación de logo , pagina web , línea grafica en papelería	X	X										
	Registro de marca en el IEPI	X											
Posicionamiento en el mercado local	Realizar el lanzamiento del producto Feria Ganadera Agro turística de Balzar							X					
	Difundir el evento en medios de comunicación cantonal						X	X					
	Creación de nuevas categorías de concursos de exhibición animal			X									
	Creación de Agenda de evento y difusión a las asociaciones ganaderas y agencias de viajes		X										
	Entrega de Kits para expositores y personal de logística								X				
	Elaborar y entrega de envases plásticos y fundas con logo de feria							X	X				
	Elaboración y distribución de Merchandise con logo de feria							X	X				
	Creación de Base de Datos									X	X	X	

Conclusiones

Luego de realizar el levantamiento de información de línea base se ha podido desarrollar el plan de marketing para la Feria Ganadera San Jacinto de Balzar. Para desarrollar el diagnostico se utilizó una adaptación de la Metodología de caracterización de comunidad de Carla Ricaurte, acoplada a los componentes del Producto turístico, lo que proporcione información relevante para la mejora del producto. El análisis del desarrollo de la Feria se realizó a través de una adaptación de la metodología de Bauerochse – Barbosa, que proporcionó insumos para el plan de marketing.

Se realizaron 380 encuestas durante los días de la feria 5,6 y 7 de agosto del 2016 en recinto ferial, obteniéndose como resultados relevantes que el 40% de los encuestados ha asistido más de seis veces a la feria, lo que representa una fidelización del mercado con respecto a la feria.

El 42% de los visitantes van acompañados por su familia. Luego del primer acercamiento con los miembros de la asociación se sugirió el cobro de entrada al recinto ferial, fijándose en \$2, de tal manera era primordial medir el nivel de aceptación de los consumidores frente a este cambio, el 19% de los encuestados dijeron no estar de acuerdo con el cobro de la entrada, un porcentaje relativamente bajo pero que sería importante medir el próximo año.

Otro ingreso importante que posee la feria es el alquiler de stands para empresas relacionadas con el sector, por lo que se realizó encuestas a los 26 participantes obteniendo los siguientes resultados relevantes el 23% calificó la organización como regular, el 39% de los contactos establecidos los calificó como regulares dato importante porque el 35% de los encuestados aseguraron que una de sus motivaciones para la participación era obtener nuevos contactos. Durante el diagnóstico y el estudio de mercado se detectaron necesidades de instalaciones turísticas que deben implementarse para mejorar la calidad del servicio.

Debe implementarse el plan de marketing, con el respectivo seguimiento del plan de control para obtener resultados medibles y realizar la actualización del mismo con los resultados obtenidos. Luego de realizar el estudio financiero con el respectivo flujo de caja se puede evidenciar que la feria es sostenible económicamente en el tiempo. Los acontecimientos programados dentro de los diferentes cantones del país pudieran convertirse en productos complementarios para centros turísticos y de esta manera generar una oferta diferente con productos que tengan componentes culturales y naturales.

Referencias

4. INEC. (2010). Ecuador en cifras. 24/09/2016, de INEC Sitio web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-2010/>
5. Sistema Nacional de Información. (2014). Plan Estratégico de Balzar. 24-09-2016, de Gad Municipal Sitio web: <http://sni.gob.ec/inicio>
6. INEC. (2009). Encuesta anual de comercio interno. 24-09-2016, de INEC Sitio web: <http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/106>
7. Quinteros, J. (2010). La teoría del desarrollo local territorial. En Núñez Martínez, P & OrozcoAlvarado, J. (Ed.), *Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable* (pp. 152-154). Costa Rica: InterSedes. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/666/66627452008.pdf>.
8. Orozco, J., & Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo: En el análisis del turismo sustentable. *Teoría del desarrollo local territorial*, 14(27), 143- 167. Costa Rica: InterSedes. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/666/66627452008.pdf>
9. Ortega. A. (14 Feb 2013). *Desarrollo Ambiental – Teoría del desarrollo sostenible* [Mensaje de blog]. Recuperado de: <http://deesarrolloambiental.blogspot.com/2013/02/teoria-del-desarrollo-sostenible.html>
10. Villalobos, L. & Ponce, H. (2008, Julio). La Educación como Factor del Desarrollo Integral Socioeconómico. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*. [Lectura.en.línea]. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/cccss/02/vgpt.htm>
11. Bauerochse – Barbosa . (2006). Manual de Ferias para el Desarrollo Económico y Local. 23-09-2016, de Programa de Fortalecimiento de la Economía y el Empleo Sitio web: <http://www.negociosgt.com/archivos/1225235667.pdf>
12. Ministerio de Turismo. (2007). *Diseño del Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020*). Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>.
13. Stephen L. J. Smith. (1994). THE TOURISM PRODUCT . *Annals of Tourism Research*, 21, 582-595.
14. Philp Kotler. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Trillas.
15. Dann, G. M. (2000). Differentiating Destinations in the Language of Tourism: Harmless Hype or Promotional Irresponsibility? *Tourism Recreation Research* , 63-75.
16. Rubén, G. (2011). *Glosario básico de turismo y hotelería curso de admisión universidad nacional de Lanús*. [Lectura en línea]. Recuperado de: www.observatur.edu.ar/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=53
17. Sergio Molina. (2000). *Conceptuaización del Turismo*. Mexico: Limusa.
18. Roberto Boullon. (2006). *Planificación Turística*. México: Trillas.
19. Organización Mundial del Turismo. (1998). *Introducción al turismo* (1era. Ed). Madrid
20. Itur Cayambe. (2011). *Metodología para inventarios de atractivos turísticos*. En es.scribd.com. [Sitio web]. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/56382986/Metodologia-de-Inventario#scribd>

21. Molina, S. (1991). *Conceptualización del turismo*. México: Limusa.
22. Ministerio de Turismo. (2009). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014*. Recuperado de www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf
23. ABC. (2007). ABC. 22-09-2016, de Onmidia Sitio web: <http://www.definicionabc.com/acerca-de>.
24. Goycoolea P., Roberto (2006). “Imaginarios Turísticos y Configuración del Espacio. México en La Guía Verde”, A Parte Rei, 44. Madrid.
25. MINTUR. (2013). Cayambe invita a participar en la Cuarta Feria Nacional del Queso 2013. 22-09-2016, de MINTUR Sitio web: <http://www.turismo.gob.ec/cayambe-invita-a-participar-en-la-cuarta-feria-nacional-del-queso-2013/>
26. La Prefectura del Guayas. (2016). La naranja fue el centro de un festival por las fiestas por Matilde Esther. 22-09-2016, de Prefectura del Guayas Sitio web: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/noticias/la-naranja-fue-el-centro-de-un-festival-por-las-fiestas-de-matilde-esther>
27. MINTUR. (2002). Ley de Turismo. 21-09-2016, de MINTUR Sitio web: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
28. BUENVIVIR. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. 18-08-2016, de SECRETARIA DEL BUEN VIVIR Sitio web: <http://www.buenvivir.gob.ec/>
29. Ricaurte Carla. (2009). Manual para Turismo local. 18-08-2016, de ESPOL Sitio web: http://www.academia.edu/9266030/Manual_para_Diagn%C3%B3stico_Tur%C3%ADstico_Loca.
30. MINTUR. (2001). Metodología de Inventario de atractivos turísticos. Quito - Ecuador: MINTUR.
31. E. Ángeles. (1993). Métodos y técnicas de investigación. Trillas, México.
32. Morales, F. (2010). Pensamiento Imaginativo. Recuperado el 03 de 02 de 2014, de <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>.
33. SCHIFFMAN León G., KANUK LAZAR Leslie, 2010, Comportamiento del Consumidor, Edit. Pearson, México.
34. CEPAL. (2014). Perspectivas económicas de América Latina: logística y competitividad para el desarrollo. Santiago: CEPAL.OIT 2011
35. OIT. (2011). Panorama Laboral. Perú: OIT.
36. BCE. (2015). Cuentas Nacionales trimestrales. 16-08-2016, de BCE Sitio web: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>
37. FMI. (2015). Informe anual del FMI. 12-09-2016, de FMI Sitio web: <http://www.imf.org/external/spanish/pubs/ft/ar/2015/html/index.htm>.
38. INEC. (2015). Estadísticas. 13-08-2016, de INEC Sitio web: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
39. MINTUR. (2014). Turismo en cifras. 14-08-2016, de MINTUR Sitio web: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras?layout=blog>.

LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO EN EL MARKETING TURÍSTICO: UNA ESTRATEGIA BÁSICA PARA DESCUBRIR QUIÉN ES MI CLIENTE Y SER MÁS COMPETITIVO

**Pérez Espinoza, María José¹;
Herrera Tinoco Kerly Brighith²**

¹

Docente Titular Auxiliar I, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en

*Administración de Empresas; Ingeniera en Gestión Empresarial; mail:
mjperez@umet.edu.ec*

²

*Estudiante de Gestión Empresarial, Universidad Metropolitana Sede Machala;
e de mail: kherrera@umet.edu.ec*

Resumen

Se presenta una revisión bibliográfica referente a la segmentación de mercado, se establecen los diferentes tipos, criterios, estrategias y principales limitaciones que tienen las empresas turísticas para descubrir quién es su cliente, con la finalidad de comercializar sus productos o servicios al mercado adecuado y de esta forma alcanzar mejores niveles de competitividad en el sector turístico.

Palabras claves: Marketing, Segmentación, Turismo, Estrategia, Competitividad.

Introducción

Desde hace varias décadas atrás son cada vez más fuertes las demandas de los clientes hacia las empresas que se encuentran en el mercado, aspectos como la calidad, seguridad, la rapidez, confort, el ambiente, el aroma, etc., son atributos de los servicios que hoy en día pesan demasiado para los consumidores al momento de tomar una decisión de compra, por tal razón las organizaciones se enfrentan a una encrucijada dependiendo de la perspectiva en que sea analizada, ya que por un lado hay un mercado amplio con un sin número de bienes o servicios por explotar adaptables a las necesidades de los clientes que están dispuestos a comprarlos o hay una “traba” que puede limitar a la organización a no sentirse en la capacidad de poder satisfacer una demanda tan diversa como la existente.

Si contextualizamos la situación en el Ecuador que en la actualidad tiene más de 16 millones de habitantes, podríamos decir que existe esa misma cantidad de gustos, preferencias y demandas de productos y servicios, por tal razón puede resultar a simple vista una demanda imposible de satisfacer por una empresa debido a su gran tamaño y es justamente en este punto donde surgen varias preguntas como ¿qué hacer frente a una demanda tan diversa y tan grande?, ¿qué deben hacer las empresas para poder mantener satisfechos a sus clientes plenamente? ¿Cómo pueden identificar simultáneamente las diferentes demandas y exigencias de los consumidores y mejor aún satisfacerlas? Pues bien la respuesta se encuentra en lo que se conoce como la segmentación del mercado y su análisis es el principal objeto del presente trabajo.

Las organizaciones pertenecientes al sector turístico deben encontrar la manera a través de la segmentación de agrupar las diferentes necesidades que tienen sus clientes para poder elevar la calidad del servicio final que ofrecen a través de un conocimiento pleno de los consumidores, muchos expertos opinan que es una manera de mejorar la precisión de los efectos del marketing en una organización, porque la empresa conoce con certeza a qué nicho atacar y de qué manera llegar a él y en mucho de los casos son estos grupos de consumidores los que les dan una posición a la organización en el mercado al cual pertenecen.

Desde luego que al momento de que una organización se centra en su cliente dispara los niveles de comercialización, se genera mayor expectativa frente a la ampliación de la cartera de servicios turísticos a futuro y desde luego la organización se auto-garantiza mejores niveles de competitividad que es lo que el mundo de hoy demanda abiertamente.

La segmentación de mercado: Generalidades

Con el paso del tiempo y como se mencionó anteriormente las empresas turísticas reconocen con una certeza cada vez más fuerte que no se puede tratar a los consumidores por igual, ya que con sus gustos y preferencias particulares, así como sus hábitos de compra, para su mejor satisfacción deben ser agrupados por segmentos o nichos para poder profundizar en aquellas cosas específicas que necesitan.

De acuerdo a Kotler y Armstrong (2012) hoy en día una gran cantidad de compañías a nivel mundial han cambiado del marketing masivo al marketing meta, el cual se caracteriza por la identificación de segmentos de mercado para seleccionar de entre ellos uno o más y apuntar al desarrollo de programas de marketing perfectamente ajustados a la medida de cada segmento.

Alineado al marketing meta la segmentación consiste en “dividir un mercado en grupos más pequeños con distintas necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing distintas” (Kotler & Armstrong, 2012, p.190)

Así también Kerin, Hartley y Rudelius (2014) afirman que la segmentación de mercado separa “a los compradores potenciales en grupos que 1) tienen necesidades comunes y 2) responden de manera similar a una acción de marketing” (p. 227).

Y complementando lo anteriormente expuesto la segmentación es

Un proceso encaminado a la identificación de aquellos consumidores con necesidades homogéneas a fin de que resulte posible establecer para cada grupo una oferta comercial diferenciada, orientada de un modo específico hacia las necesidades, intereses y preferencias de los consumidores que componen ese grupo o segmento (Munuera & Rodríguez, 2015, p.79)

Por tanto se puede decir que la segmentación es un proceso mediante el cual una organización agrupa a los consumidores potenciales de sus productos o servicios que poseen características y preferencias similares para que a través de una mejor ejecución de sus estrategias de marketing puedan satisfacer plenamente sus necesidades.

Pero ¿realizar un proceso de segmentación es una muestra de que la empresa desea mejorar sus estrategias de comercialización?, desde luego y aunque la respuesta a dicha pregunta resulte un poco obvia, es fundamental que la empresa tenga claramente definida una estrategia de comercialización de “ataque” para el mercado, de tal manera que una vez que se desarrolle en pleno

la segmentación se enfoque en el nicho adecuado de clientes a la par que identifique nichos potenciales a desarrollar a futuro.

Tipos de segmentación

De acuerdo a ciertos puntos o características críticas dentro del perfil de los clientes permiten realizar una división con respecto a los tipos de segmentación existente, para lo cual de acuerdo a Munuera y Rodríguez (2015) son:

- Segmentación con base en los beneficios esperados por los clientes o también llamada segmentación por beneficios.
- Segmentación con base en las características observables de los clientes.

Por preferencia las organizaciones tienden a segmentar por los beneficios esperados por los clientes, ya que dicho de otra manera es agruparlos con base en sus necesidades.

Criterios de segmentación

Los criterios o variables para realizar la segmentación son aquellas herramientas que se pueden utilizar para poder dividir un mercado meta, Kotler y Keller (2012) establecen que estos criterios podrían ser cuatro: geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales.

- **Segmentación geográfica:** Este tipo de segmentación implica la división del mercado en varias unidades geográficas ya sea países, estados, regiones, municipios, ciudades o zonas, de tal manera que la organización puede decidir si operar en una o varias áreas de las identificadas.
- **Segmentación demográfica:** separa al mercado en grupo de acuerdo a variables como la edad, tamaño de la familia, ingreso, escolaridad, religión, raza, ciclo de vida familiar, género, nacionalidad, ocupación y generación. Este tipo de variables son relevantes para las organizaciones porque los gustos y necesidades de los consumidores suelen cambiar conforme van atravesando en su vida dichas variables (París, 2013).

Cuando las organizaciones segmentan por otros criterios, es frecuente que de alguna manera traten de atar el grupo meta con alguna variable

demográfica, porque permite identificar con mayor facilidad las necesidades a satisfacer. A continuación se muestra una tabla con la forma en que los expertos en marketing agrupan estas variables

Tabla 1: Variables demográficas

Variables	Descripción	Ejemplos
Edad	La edad que tiene el consumidor	Menos o más de cierta edad
Tamaño de la familia	La cantidad de miembros que integran la familia	1-2-3-4 miembros, etc.
Ciclo de vida familiar	La etapa dentro del ciclo de vida que el consumidor posee con respecto a su vida.	Soltero, casado, con/sin hijos, etc
Género	El mercado se divide según el género del consumidor	Hombre o mujer
Ingresos	Ganancias promedias por la actividad económica que realiza	Menos o más de cierta cantidad de dinero
Generación	De acuerdo al año de nacimiento, el consumidor pertenece a una generación determinada	Baby boomer, generación X, generación Y, millenials
Ocupación	Cargo dentro de la organización o negocio propio.	Vendedor, doctor, agricultor, etc.
Escolaridad	El grado de estudio y preparación formal que posee el consumidor	Primaria, secundaria, educación de tercer nivel, postgrado, etc.
Religión	Creencias religiosas y espirituales	Católico, protestante, judía, musulmán, hindú
Raza	Grupo étnico al cual pertenece	Negro, blanco, mestizo, hispano, asiático
Nacionalidad	Lugar de origen del consumidor	Ecuatoriano, colombiano, británico

Fuente: Elaborado por el autor con base en (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012)

- **Segmentación psicográfica:** Este tipo de segmentación viene dada por la división de los consumidores de acuerdo a sus características de personalidad, su clase social o el estilo de vida que posea. Así pues, las

personas que pertenecen a un mismo grupo demográfico pueden tener muy diferentes perfiles psicográficos (Kotler & Keller, 2012).

- **Segmentación conductual:** se dividen a los consumidores de acuerdo a que posean en común el uso de, la actitud hacia, la respuesta a un producto y sus conocimientos de. Este tipo de variables son consideradas como una de las mejores para empezar un proceso de segmentación de mercado en cualquier organización.

Estrategias de segmentación

Estas estrategias surgen como un cruce de la segmentación del producto-mercado y la elección del sector de comercialización ya sea de uno o más productos de acuerdo a la alineación estratégica que se haya planteado la organización (Beccaria & Groisman, 2015), es así que Munuera (2015) establece cuatro tipos de estrategias de segmentación:

- **Estrategia de concentración:** Este tipo de estrategia es principalmente aplicada por pequeñas empresas que poseen recursos limitados para la producción e inversión, por lo que la organización se centra en un solo segmento con un solo producto (Silva, y otros, 2014), sin embargo implica un alto nivel de riesgo.
- **Estrategia de expansión a varios segmentos:** Este tipo de estrategia puede ser escogida tanto por pequeñas como grandes empresas, las cuales a través de un solo producto tratan de atender a diferentes segmentos del mercado (Ortiz, 2017), sin embargo el riesgo existente es que por ingresar a nuevos segmentos se pueden descuidar las expectativas del segmento en el que ya se encuentra.
- **Estrategia de expansión de la línea de productos:** La empresa se especializa en una clase de productos, por lo que prefieren ampliar la variedad de productos generalmente perteneciente a una misma línea (Fransi, Daries, & Baldomar, 2014), pero poseen un mercado lo suficientemente grande y con potencial de crecimiento que solo se enfocan a un solo segmento.
- **Estrategia de diferenciación:** Es una estrategia multi-producto y multi-segmento en la cual se trata de satisfacer las necesidades de varios

segmentos por medio de una gran variedad de productos (Ortiz, 2017), por lo cual el riesgo de este tipo de estrategia es la dispersión de esfuerzos y el incremento de los costos de producción, distribución y promoción (Munuera & Rodríguez, 2015).

¿Qué se mejora a través de la aplicación de estas estrategias?, pues bien por un lado se potencia la capacidad de la empresa en desarrollar paralelamente diferentes estrategias para atacar y captar simultáneamente diferentes nicho de mercado, pero sin duda uno de los aportes más trascendentales desde luego es al mejoramiento de la competitividad de la organización.

La competitividad demuestra que una empresa se encuentra en la capacidad de crecer constantemente en las áreas de su core business, de tal manera que pueda mejorar la comercialización de sus productos tomando en consideración la innovación, el servicio al cliente y la optimización de los recursos. Entre más competitiva sea una compañía, más atractiva resultará para sus clientes dicha empresa, no solo por el tipo de servicios que le ofrece, sino por la manera tan estratégica, inteligente e innovadora en que puede desarrollar el manejo de toda su actividad económica incluyendo el recurso humano, el recurso económico y el recurso intelectual.

Limitaciones de la segmentación

De acuerdo a todo lo que se ha mencionado anteriormente, la segmentación de mercado es un proceso sumamente beneficioso para la organización porque le permite enfocarse y centrarse en el producto o servicio que desea ofrecer, así como quienes se van a beneficiar de él, sin embargo la segmentación posee ciertas limitaciones propias de su proceso (Silva, y otros, 2014).

Una de ellas es el costo que representa, ya que para poder realizar una segmentación con alto grado de confiabilidad debe haber una alta inversión de por medio para la realización del estudio de mercado, así también representa un alto costo para la producción y promoción de diferentes servicios en diferentes segmentos de mercado, por lo que si se trata de una pequeña empresa podría llegar a mermar gran parte de su capital de trabajo en esto (Beccaria & Groisman, 2015).

La segmentación dentro para la competitividad podría representar una limitante cuando no se realiza un proceso adecuado de identificación de los segmentos de clientes a los cuales se quiere apuntalar y de esta manera lleva a la organización a “desperdiciar” recursos, tiempo y dinero en un tipo de cliente que tal vez no sea el adecuado para la clase de producto o servicio que está ofreciendo la compañía. Hoy en día con la globalización y la rapidez de la transmisión de la información a través de la tecnología, las empresas deben estar mejor preparadas para identificar sus clientes, porque si no la competencia puede tomar ventajas y afectar la rentabilidad significativamente.

Finalmente, y encerrado en el aspecto financiero la alta inversión en inventarios (diversos) promociones para diferentes edades, gustos y necesidades encarece el precio del producto final y no es menos importante el tiempo y la capacidad de la plana gerencial para planificar y llevar a cabo varios planes de marketing de las diferentes ofertas de servicio que se comercializan (Fransi, Daries, & Baldomar, 2014).

CONCLUSIONES

La segmentación de mercado es una de las mejores implementaciones que puede realizar una empresa dentro de sus actividades comerciales, sin embargo debe ser un proceso que se debe realizar una vez que se cuenten con tres aspectos fundamentales, el primero de ellos el talento humano adecuado tanto para el proceso de planificación como para la implementación; el segundo es el recursos económico para el financiamiento de las actividades a realizar y finalmente con la capacidad productiva y operativa para el crecimiento de las operaciones en función de las demandas del mercado.

Hoy en día las necesidades de los consumidores cambian rápidamente, por lo que las organizaciones deben estar en la capacidad de responder con la misma rapidez ante los cambios del mercado, por tal razón la segmentación es un aspecto clave dentro de las empresas turísticas para poder conocer profundamente el perfil de los clientes y de la misma manera poder realizar predicciones de sus comportamientos y así estar preparados para tener una oferta variada o más personalizada.

Finalmente, se puede concluir que toda empresa indiferentemente de su tamaño, micro, pequeña, media o grande en el siglo actual debe tener desarrollado sus planes de marketing con la segmentación de mercado respectiva, de tal manera que evolucionen, mejoren y se adapten conforme las exigencias del mundo globalizado en el cual nos encontramos y tengan un plan de contingencia para futuras ofertas que se puedan requerir.

Referencias

- Beccaria, L., & Groisman, F. (2015). Informalidad y segmentación del mercado laboral: el caso de la Argentina. *Revista CEPAL*(117), 127-143.
- Fransi, E., Daries, N., & Baldomar, J. P. (2014). Segmentación de los e-consumidores: un estudio aplicado a partir de las perspectivas de uso de internet. *Cuadernos de Gestión*, 14(1), 33-55. doi:10.5295/cdg.120373ec
- Kerin, R., Hartley, S., & Rudelius, W. (2014). *Marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación .
- Moraes, C., Toledo, L., & Garber, M. (2016). Segmentación del mercado empresarial: un estudio del sector brasileño de aluminio. *Gestión Joven Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*(15), 61-77.
- Munuera, J. L., & Rodríguez, A. I. (2015). *Estrategias de Marketing: Un enfoque basado en el proceso de dirección* . Madrid: ESIC.
- Ortiz, M. (2017). *Marketing. Conceptos y aplicaciones*. Barranquilla: Editorial Verbum.
- Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=jfVDDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ortiz+marketing+conceptos+y+aplicaciones&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjL2KS0mbTUAhWB2SYKHf4nCMUQ6AEIJD>

AA#v=onepage&q=ortiz%20marketing%20conceptos%20y%20aplicaciones&f=false

París, J. A. (2013). Hacia la segmentación significativa. *Poliantea*, 9(17), 11-39.

Silva, H., Juliao, D., Ortiz, M., Martínez, D., González, J., & Giraldo, M. (2014). *Marketing: Conceptos y aplicaciones*. Barranquilla: Universidad del Norte. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=P76QCgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor
y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

DISEÑO DE UN INSTRUMENTO DE MEDIDA PARA ANALIZAR EL EFECTO DE LA EXTRACCIÓN DE HIDROCARBUROS EN EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA: EL CASO DE CANARIAS

Diana Martín Azami¹

Universidad de La Laguna

dimartin@ull.es

Francisco Javier Ramos Real²

Universidad de La Laguna

frramos@ull.es

Josué Barrera Santana³

Universidad de La Laguna

josuebarsan91@hotmail.com

Alfredo Jesús Ramírez Díaz⁴

Universidad de La Laguna

alfjrd@gmail.com

RESUMEN:

Este trabajo constituye un primer paso para medir el efecto de la percepción del riesgo de la extracción de hidrocarburos (petróleo y/o gas natural) en la imagen del destino Canarias y en la intención del comportamiento del turista. Para ello, se diseña un instrumento de medida que tiene por finalidad indagar en la percepción que tiene el turista que visita Fuerteventura y Tenerife sobre la imagen de Canarias y cómo variaría tal percepción si se realizaran extracciones petrolíferas cerca de las costas de Fuerteventura. Con este fin, se sigue la metodología habitualmente utilizada para la construcción de instrumentos de medida: especificación del dominio del constructo, generación de los ítems a medir, purificación y reducción de la escala y obtención de los datos. La naturaleza exploratoria del presente trabajo, sienta las bases de un próximo estudio para comprobar la existencia de fiabilidad y validez del instrumento de medida.

PALABRAS CLAVE:

Instrumento de medida, riesgo e imagen percibidos, intención del comportamiento, extracción de hidrocarburos, Canarias.

¹ Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesora de Organización de Empresas en la Universidad de La Laguna. Sus líneas de investigación principales se centran en el análisis de la competitividad de los destinos turísticos desde una perspectiva estratégica. Fruto de lo anterior, ha realizado diversos trabajos para congresos y publicaciones y participado en proyectos de investigación.

² Profesor Titular de Análisis Económico de la Universidad de La Laguna. Especialista en Economía de la Energía por la Universidad de Grenoble. Investigación prioritaria en Economía Industrial y Economía de la Energía. Investigador principal de proyectos y convenios con entidades de carácter internacional, nacional y autonómica. Más de 15 artículos indexados en el Journal of Citation Report, la mayoría en revistas de primer cuartil.

³ Licenciado Radioelectrónica Naval y Máster en Energías Renovables por la Universidad de La Laguna. Actualmente, cursa un doctorado en diversos campos de investigación que incluyen las energías renovables, las smart grids, la eficiencia energética y otras cuestiones relacionadas con dichos campos. Ha recibido diversas menciones y premios académicos, así como participado congresos sobre eficiencia energética y energías renovables.

⁴ Graduado en Ingeniería Mecánica y Máster en Energías Renovables. Actualmente realiza el doctorado y trabaja como investigador en los campos de las energías renovables y vehículos eléctricos. Realizó una estancia de doctorado en el departamento de energía de Supélec, París financiada por la Cátedra Peugeot. Tiene experiencia laboral en empresas del sector energético (Refinería) y como asesor de organismos públicos (Cabildo de Tenerife).

1. INTRODUCCIÓN

Las decisiones del turista se ven influidas, entre otros aspectos, por el riesgo que percibe de un determinado destino. En particular, se evidencia que acontecimientos como epidemias, guerras, desastres naturales, inestabilidad política, etc. deterioran la imagen de un destino que conduce a un descenso de las visitas. Un claro ejemplo de este hecho lo encontramos en el caso de los atentados del 11 de septiembre de 2001. El acontecimiento se tradujo en una caída drástica del turismo internacional con respecto al año anterior (Floyd et al., 2004).

Teniendo en cuenta lo comentado, se plantea si la posible existencia de industria de extracción de hidrocarburos en Canarias, preocuparía al turista por ser percibida como un riesgo potencial. Conviene explicar que a mediados del 2014 el Gobierno de España concedió permisos⁵ a una empresa petrolera para realizar prospecciones en aguas cercanas a la costa de la isla de Fuerteventura lo que generó un gran debate sobre la posibilidad de que el sector turístico, considerado motor de la economía canaria, pudiera verse afectado por su coexistencia con la actividad extractiva (Padrón et al., 2013). Aunque finalmente la entidad adjudicataria decidió no continuar con las prospecciones, la posibilidad de que se reanuden y/o que este escenario se repita en áreas donde el turismo tenga un peso significativo en la economía, legitima el presente estudio.

El planteamiento del estudio es novedoso ya que, hasta donde se ha podido comprobar, ningún esfuerzo se ha dirigido en examinar el potencial efecto en la imagen percibida de un destino y en la intención del comportamiento, de un suceso que pudiera percibirse como un riesgo en la experiencia turística antes de que éste haya ocurrido. A partir de este original enfoque, se podrían detectar los potenciales factores de riesgo percibido y la gestión anticipada de los mismos. Así, se evitaría malgastar recursos en mejorar una imagen deteriorada teniendo en cuenta, además, que restaurar la imagen de un destino es una tarea compleja (Gartner y Hunt, 1987).

Este trabajo constituye un primer paso para medir el efecto de la percepción del riesgo de la extracción de hidrocarburos (petróleo y/o gas natural) en la imagen del destino Canarias y en la intención del comportamiento del turista. Para ello, se diseña una encuesta que tiene por finalidad indagar en la percepción que tiene el turista que visita Fuerteventura y Tenerife sobre la imagen de Canarias y cómo variaría tal percepción si se realizaran extracciones petrolíferas cerca de las costas de Fuerteventura.

Para alcanzar este propósito, el trabajo se estructura de la siguiente manera. En primer lugar, se lleva a cabo una revisión de la literatura para conocer cómo se definen y miden los constructos riesgo e imagen percibidos del destino. A partir de la revisión realizada, se confecciona un cuestionario (adoptando la metodología propuesta por Churchill, 1979) que, gracias a la colaboración de expertos en el sector y viajeros, se adapta al ámbito espacial y al propósito del estudio. Una vez probada la idoneidad del cuestionario a través de un pretest, se lleva a cabo el trabajo de campo. A continuación y, tras el tratamiento de los datos obtenidos, se presentan unos resultados preliminares. El trabajo finaliza exponiendo las conclusiones más relevantes del estudio así como sus limitaciones y líneas de investigación futuras.

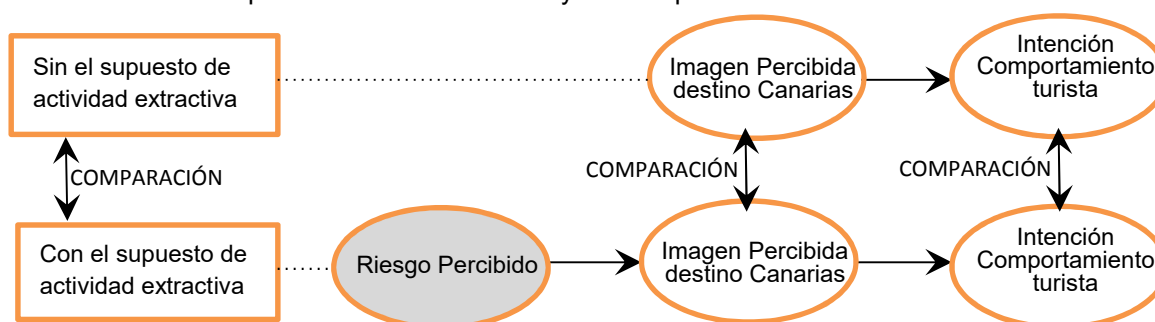
2. CONSTRUCCIÓN DE LA ESCALA

La necesidad de comprender la conexión entre riesgo e imagen es crucial si se quiere contrarrestar el impacto negativo que el riesgo tiene en la imagen percibida del destino y en la elección del viaje. Sin embargo, es notoria la escasez de estudios que plantean este análisis conjunto (Lehto et al., 2008; Lepp et al., 2011). Hasta donde se ha podido comprobar, los trabajos de Chew y Jahari (2014) y Wang (2017) son los únicos en investigar el efecto mediador de la imagen entre el riesgo percibido y el comportamiento del turista.

Con la intención de cubrir esta laguna del conocimiento, se profundiza en la comprensión de la interrelación propuesta por los autores, adaptándola al propósito del estudio. Para ello, se construye una escala de forma que pueda medir si la posible existencia de actividad extractiva en Canarias influye en la imagen percibida del destino y en la intención del comportamiento del turista. Lo que se pretende, es poder hacer comparaciones entre la imagen percibida del destino y la intención del comportamiento, sin y en el supuesto de actividad extractiva (figura 1).

⁵ Resolución de 11 de agosto de 2014, de la Dirección General de Política Energética y Minas, por la que se autoriza a Repsol Investigaciones Petrolíferas SA, la ejecución de sondeos exploratorios en los permisos de investigación de hidrocarburos «Canarias 1» a «Canarias 9» (España, 2014).

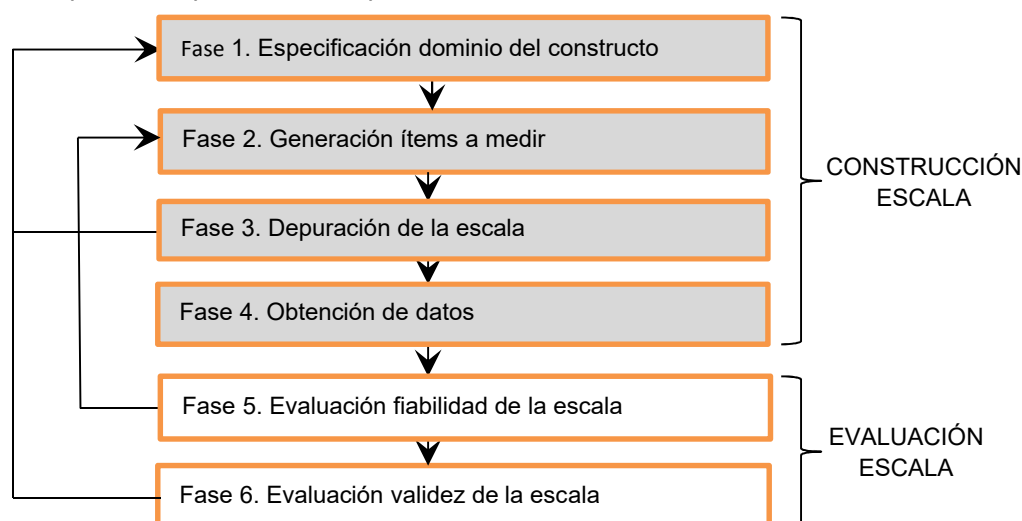
Figura 1. Modelo conceptual. Influencia de la imagen percibida del destino en la intención del comportamiento del turista sin y en el supuesto de actividad extractiva



Fuente: Elaboración propia a partir de la literatura

Para el desarrollo del instrumento de medida de los constructos del modelo, se sigue el procedimiento sugerido por Churchill (1979). De forma secuencial, se llevan a cabo las primeras fases propuestas por el autor encaminadas a la construcción de la escala (figura 2). La naturaleza exploratoria del presente trabajo, sienta las bases de un próximo estudio para comprobar la existencia de fiabilidad y validez del instrumento de medida a la vez que posibilite contrastar las hipótesis sobre las relaciones causales entre las variables del modelo (figura 1).

Figura 2. Esquema del procedimiento para desarrollar instrumentos de medición de constructos



Fuente: Adaptado de Churchill (1979)

2.1. ESPECIFICACIÓN DEL DOMINIO DE LOS CONSTRUCTOS RIESGO E IMAGEN PERCIBIDOS (FASE 1)

La primera fase para el desarrollo de un instrumento de medición de constructos, consiste en la definición de los mismos como soporte básico para identificar sus elementos y dimensiones. En este sentido, a continuación se conceptualizan el riesgo y la imagen percibidos del destino.

2.1.1. Riesgo percibido

La forma de conceptualizar y medir el riesgo percibido en turismo se ha nutrido de las aportaciones previas en la disciplina del marketing. De acuerdo con esto, el riesgo percibido en turismo se define como "la percepción del consumidor [turista] de la negatividad general de un curso de acción en base a una evaluación de los posibles resultados negativos y la probabilidad de que esos resultados se producirán" (Mowen y Minor, 1998, p.176)⁶. Dentro de esta definición genérica, se identifican hasta siete tipos de riesgo (Cheron y Ritchie, 1982; Jacoby y Kaplan, 1972; Roselius, 1971; Ross, 1975; Schiffman y Kanuk, 1991), definidos como la preocupación del consumidor porque el producto/servicio: (1) tenga una mala relación calidad-precio (riesgo financiero), (2) no sea como se esperaba (riesgo funcional), (3) suponga un perjuicio para la salud (riesgo físico), (4) comprometa la autoestima (riesgo psicológico), (5) sea desaprobado por los grupos de referencia (riesgo social), (6)

⁶ Citado por Fuchs y Reichel (2006, 2011)

no satisfaga (riesgo de satisfacción) y (7) suponga perder el tiempo (riesgo de tiempo) .

Roehl y Fesenmaier (1992) emplean esta clasificación en el estudio empírico de las percepciones del riesgo del turista en viajes de placer. Los autores advierten que las percepciones del riesgo son situacionales. Esto significa que los turistas perciben riesgos diferentes en función del lugar (Sönmez y Graefe, 1998b) lo que dificulta generalizar los resultados de unos destinos a otros. Por esta razón, Roehl y Fesenmaier (1992) aconsejan el empleo de medidas apropiadas al contexto de interés y al propósito del estudio (riesgos específicos).

Para el diseño del cuestionario, se tendrán en cuenta las dimensiones de riesgos identificadas en la revisión de la literatura. Además, tal y como sugieren Roehl y Fesenmaier (1992), éstas serán adaptadas al contexto de interés y al propósito del estudio en la fase de depuración de la escala.

Una vez desarrollado el dominio del constructo riesgo percibido, se expondrá el de la imagen percibida del destino.

2.1.2. Imagen percibida

A la hora de conceptualizar la imagen, se aprecia una falta de consenso (Fakeye y Crompton, 1991; Gartner, 1994) y, de igual manera, ocurre en su medición (Echtner y Ritchie, 1993). En función de cómo se defina, se pueden identificar de una a tres dimensiones o componentes: cognitivo, afectivo y conativo que, en este orden, reciben un mayor a menor respaldo teórico.

Según el componente cognitivo, la imagen es el conjunto de impresiones, percepciones, ideas, creencias, conocimientos o subjetiva interpretación respecto a las características del destino (Bigne et al., 2001; Crompton, 1979; Fakeye y Crompton, 1991; Hunt, 1975; Milman y Pizam, 1995). La dimensión afectiva, se refiere a los sentimientos o emociones que evoca el destino (Baloglu y McCleary, 1999; Beerli y Martín, 2004a; Chon, 1990). Finalmente, el componente conativo se asocia a la predisposición a la acción, intención, voluntad o probabilidad de iniciar una acción (Dann, 1996; Gartner, 1994; Pike y Ryan, 2004). No obstante, es necesario precisar que es mayoritario el empleo del componente conativo como un constructo independiente denominado “intención del comportamiento” (Boulding et al., 1993; Chen y Tsai, 2007), que como una dimensión integrante de la imagen percibida. Por lo tanto, la imagen global de un destino viene determinada por la coexistencia de las dimensiones cognitiva y afectiva. Sin embargo, Balaglu y McCleary (1999) y San Martín y Rodríguez del Bosque (2008) advierten que muy pocos estudios han tenido en cuenta esta composición.

Una vez definida la imagen del destino percibida, destacar que uno de los temas de mayor popularidad entre investigadores es el estudio de los factores que condicionan su formación (Gartner, 1994; Gunn, 1988), entre los cuales, se encuentran los riesgos percibidos del destino. Para Gartner (1994), las noticias afectan a la imagen del destino, de forma que, si la noticia es de gran envergadura (por ejemplo, un acontecimiento dramático), es probable un cambio en la imagen en el corto plazo. Según lo expuesto, la elección del destino puede cambiar al verse alterada la imagen del destino como resultado de nueva información (Sönmez y Graefe, 1998a). La difusión de una variedad de amenazas ha dañado la imagen de algunos destinos traduciéndose en un desplome de las visitas (Chew y Jahari, 2014; Floyd et al., 2004; Gartner y Shen, 1992; Huang et al., 2013).

Tras la revisión de la literatura sobre imagen percibida, las dimensiones cognitiva y afectiva se incluirán en el diseño del cuestionario, adaptándolas al ámbito espacial (Canarias) y propósito del estudio.

2.2. GENERACIÓN DE LOS ÍTEMS A MEDIR (FASE 2)

Tras la revisión de la literatura se ha de generar una amplia muestra de ítems que represente a los constructos que se evalúan (fase 2). Los ítems se han obtenido de las escalas de mayor difusión en la literatura científica y cuya validez y fiabilidad han sido testadas empíricamente, de este modo, para la medición de:

- el riesgo percibido, se ha elegido la escala de Fuchs y Reichel (2006) la cual recibe gran apoyo. Se trata de un cuestionario que abarca todos los componentes de los diversos tipos de percepción de riesgo mencionados en la literatura (físico, financiero, funcional, socio-psicológico y tiempo).

- la imagen percibida del destino, las escalas empleadas difieren en función del componente a medir. Así, para el componente cognitivo de la imagen del destino, la literatura revela que se suelen seleccionar los atributos que caracterizan al destino (Gallarza et al. 2002). Para este componente se ha seleccionado la escala de Beerli y Martin (2004b) por su amplia aceptación. En el caso del componente afectivo de la imagen, es habitual el empleo de la escala de diferencial semántico de Russel y Pratt (1980) en el que se enfrentan emociones opuestas entre sí. Cuatro ítems conforman la escala: “aburrido-divertido”, “estresante-relajante”, “desagradable-agradable” y “deprimente-excitante”.

- la intención del comportamiento se han empleado los dos ítems de las escalas de Boulding et al., (1993) y Chen y Tsai (2007): “visitaré de nuevo el destino” y “recomendaré el destino a familiares y amigos”.

Para la valoración del conjunto de ítems, se escoge una escala tipo Likert en formato de 7 puntos (a excepción de la imagen afectiva, para la cual se selecciona una escala de diferencial semántico de 7 puntos).

2.3. DEPURACIÓN DE LA ESCALA (FASE 3)

El listado de ítems obtenido en la fase 2, se ha de reducir a una cifra asequible para el trabajo empírico y adaptarlo al contexto de interés. Para depurar las escalas resultantes, se llevaron a cabo grupos de discusión entre expertos (académicos y profesionales del sector) y entre individuos con experiencia en viajar. Esta investigación cualitativa permitió confeccionar un cuestionario con el cual se realizó una prueba piloto para comprobar su funcionamiento.

Tras el resultado de la investigación cualitativa, se obtienen un total de 22 ítems. No obstante, como al turista se le pregunta por un hecho que no ha tenido lugar, el cuestionario debe reflejar este supuesto. En este sentido, la encuesta tiene la peculiaridad de que las cuestiones relativas a la imagen percibida del destino y la intención del comportamiento se repiten en dos rondas de preguntas. Con esta reiteración, se pretende poder hacer comparaciones entre la imagen percibida del destino y la intención del comportamiento, sin (primera ronda de preguntas) y en el supuesto de actividad extractiva (segunda ronda de preguntas). Sólo de esta forma se puede evidenciar si la imagen percibida del destino y la intención del comportamiento varían en el escenario descrito.

De esta manera, el cuestionario final recoge 34 cuestiones más otras 10 preguntas sobre datos sociodemográficos.

2.4. OBTENCIÓN DE DATOS (FASE 4)

Con el cuestionario definitivo, se procedió a realizar el trabajo de campo. Éste se llevó a cabo entre el 18 de julio y el 16 de agosto de 2016 por la empresa Servicios Estadísticos de Canarias. Se realizaron un total de 1005 entrevistas a través de encuesta presencial.

Cuadro 1. Ficha técnica del proceso metodológico

UNIVERSO: POBLACIÓN DE ESTUDIO	Turistas vacacionales, con estancia mínima (en el momento de la entrevista) de 3 días en los destinos de Fuerteventura y Tenerife
ERROR MUESTRAL	4,4% al 95% de confianza
RECOGIDA DE DATOS	Encuestas personales, en distintos puntos de atracción turística, mediante cuestionario estructurado
NÚMERO DE CONTACTOS	Totales: 1005 - Tenerife: 502 - Fuerteventura 503
MÉTODO DE MUESTREO	Estratificado por países de procedencia. Las encuestas se realizaron de forma aleatoria
MEDIDAS DE CONTROL	1. Grupos de discusión: - Expertos: 20 de mayo de 2016 - “Viajeros”: 10 de junio de 2016 2. Prueba piloto: - Pretest: 9 y 10 de julio de 2016
FECHA TRABAJO DE CAMPO	18 de julio al 16 de agosto de 2016

Fuente: Elaboración propia

La población objeto de estudio fueron los turistas vacacionales con al menos 3 días de estancia (en el momento de la entrevista) en Fuerteventura y Tenerife. Para el tamaño muestral, se tuvieron en cuenta los datos de entrada de pasajeros del 2015 según el Instituto Canario de Estadística (Gobierno de Canarias, 2015) en los dos destinos por países de procedencia. La ficha técnica que refleja el proceso metodológico se recoge en el cuadro 1.

3. RESULTADOS

A continuación, se presentan unos resultados preliminares a partir del tratamiento de los datos obtenidos (tras el período de entrevistas), mediante el empleo de estadística descriptiva. Los resultados se presentan en 5 bloques: (1) riesgo percibido, (2) imagen cognitiva, (3) imagen afectiva, (4) intención del comportamiento y (5) valoraciones del destino en función de la tipología del turista.

Bloque 1. Riesgo percibido

La percepción del riesgo, en el supuesto de actividad extractiva en aguas relativamente cercanas a Fuerteventura, es elevada. En una escala del 1 al 7 (donde 7 es “muy preocupado” por la afirmación)

las valoraciones medias superan los 4.6 puntos (tabla 1). Concretamente, existe una mayor percepción del riesgo en la dimensión “física”, seguida de la “funcional” y, por último, en las dimensiones “malgasto de recursos” y “psico-sociales”. Las cuestiones que más preocupan al turista son: la posibilidad de accidentes (por ejemplo, derrames), la contaminación del medioambiente y la calidad de las actividades de ocio y deportivas en el mar.

Tabla 1. Valoración de los riesgos percibidos en el supuesto de extracciones petrolíferas en Fuerteventura

Riesgos	Preguntas sobre el riesgo percibido	Valoración media
Físico	Las condiciones de seguridad de los alimentos y del suministro del agua potable	5,31
	La contaminación del medioambiente	5,79
	Que hubieran accidentes (por ejemplo, derrames)	5,94
Funcional	La calidad de las infraestructuras y servicios públicos	5,08
	Le preocuparía que la calidad de las instalaciones y equipamientos turísticos	5,02
	La calidad de las actividades de ocio y deportivas en el mar	5,59
Recursos	La relación calidad-precio, en general	4,87
	Haber perdido el tiempo visitando este destino	4,74
Psico-social	No quedar satisfecho, en general, al viajar a este destino	4,79
	Que sus familiares y amigos desaprobaban su visita a un destino donde hay extracciones	4,67

Fuente: Elaboración propia

El análisis de los bloques 2, 3 y 4 (relativos a la imagen cognitiva, imagen afectiva e intención del comportamiento, respectivamente) se diferencia del bloque 1 (riesgo percibido) por el procedimiento seguido a la hora de obtener las valoraciones del turista. Para estos tres bloques, se les pidió a los turistas, en primer lugar, su valoración sobre una serie de ítems, sin mencionarles la posible existencia de actividad extractiva en aguas cercanas a Fuerteventura. Posteriormente, se les pidió que los valoraran nuevamente, pero poniéndoles en el supuesto de que se llevaran a cabo extracciones petrolíferas.

De esta forma, cuando se comparan las valoraciones medias para cada una de las variables, sin y en el supuesto de actividad extractiva, se evidencian diferencias estadísticamente significativas, al 95% de nivel de confianza (prueba t para muestras pareadas) para el total de la población. Es decir, los turistas muestran un patrón estadísticamente diferenciado si se llevaran a cabo las extracciones.

Bloque 2. Imagen cognitiva

Sin el supuesto de actividad extractiva, cuando se solicita la valoración de la imagen cognitiva, la puntuación asignada por el turista es superior en los ítems seguridad, ocio en el mar, calidad medioambiental y paisaje. En el lado contrario, se encuentran las infraestructuras y la gastronomía. En el supuesto de actividad extractiva, las valoraciones llegan a reducirse en torno a 2,4 puntos en media. Las mayores caídas en las puntuaciones tienen lugar en los ítems que anteriormente se han mencionado como los mejor valorados (sobre todo en el caso de ocio en el mar) y, las menores, en las infraestructuras, equipamientos y relación calidad-precio.

Bloque 3. Imagen afectiva

Cuando se comparan las puntuaciones obtenidas de las dos rondas de preguntas (sin y en el supuesto de actividad extractiva en Fuerteventura), la imagen afectiva (“relajante”/“agradable”) llega a reducirse en torno a 2,7 puntos en media.

Bloque 4. Intención del comportamiento

En el supuesto de actividad extractiva, las valoraciones del turista cuando se le pregunta por la probabilidad de visitar de nuevo el destino o recomendarlo, descienden 2.46 puntos y 2.79 puntos en media respectivamente (en una escala del 1 al 7, donde 7 es “muy probable”).

Bloque 5. Valoraciones del destino en función de la tipología del turista

A continuación, se analiza si existen diferencias estadísticamente significativas entre las categorías que caracterizan a la población (prueba t para muestras independientes, 95% de nivel de confianza) en relación a su percepción del riesgo, imagen percibida, e intención del comportamiento (mirar anexo tablas i, ii, iii y iv). También se comentan aquellas diferencias que, sin ser significativas, merezcan una mención especial.

- Destino visitado. Sin el supuesto de actividad extractiva, las puntuaciones favorecen a Fuerteventura. Ocurre a la inversa en el supuesto de actividad extractiva.
- Residencia. La reducción de la valoración de la imagen del destino e intención del comportamiento es mayor en los alemanes que en el resto de nacionalidades.
- Sexo. Resulta llamativo que las mujeres, sin el supuesto de actividad extractiva, dieron puntuaciones más altas en imagen del destino e intención del comportamiento que los hombres en cambio, en el supuesto de actividad extractiva, la puntuación fue inferior.
- Edad. Los estratos de mayor edad son más sensibles al supuesto de actividad extractiva.
- Estudios. No hay diferencias significativas en función de los estudios.
- Visitas anteriores. En el supuesto de actividad extractiva, la mayor reducción de la puntuación en la imagen del destino e intención del comportamiento tiene lugar en los turistas que han visitado el destino cuatro veces o más.
- Motivo vacaciones. En el supuesto de actividad extractiva, se observa una menor reducción de la valoración imagen del destino e intención del comportamiento, cuando el motivo del desplazamiento es el clima seguido de las playas.
- Viaja con menores. No hay diferencias significativas entre viajar o no con menores de 13 años.
- Fuente informativa. Sin el supuesto de actividad extractiva, las valoraciones de imagen del destino e intención del comportamiento aumentan, si la fuente informativa clave para la elección del destino son las visitas anteriores. En el supuesto de actividad extractiva, todas las puntuaciones se reducen, sobre todo en el caso de internet.
- Planificación del viaje. Sin el supuesto de actividad extractiva, las valoraciones de la imagen del destino e intención del comportamiento aumentan, si la forma de planificación del viaje es por cuenta propia con respecto a mixta y contratando un paquete turístico. En cambio, en el supuesto de actividad extractiva, la planificación por cuenta propia experimenta la mayor reducción en la puntuación.
- Ingresos. En el supuesto de actividad extractiva, todas las puntuaciones de la imagen del destino e intención del comportamiento caen pero, en menor medida, en las rentas más altas (diferencias estadísticamente significativas en la mayoría de estratos de renta).

4. CONCLUSIONES

En este trabajo se ha diseñado un instrumento de medida para los constructos riesgo e imagen percibidos y la intención del comportamiento del turista. Dicho instrumento se confecciona a partir de escalas ampliamente difundidas, cuya batería de preguntas ha tenido que ser modificada para poder adaptarla al propósito del estudio mediante grupos de discusión de expertos en turismo y de individuos con experiencia en viajar.

Dos aspectos novedosos del presente trabajo; por un lado, el estudio del riesgo percibido en un destino considerado seguro⁷. Gran parte de las aportaciones en este campo, analizan destinos “arriesgados” (risky destination). Por otro lado, el análisis de la influencia en la imagen de un destino de un acontecimiento que aún no ha tenido lugar.

Entre los resultados preliminares del estudio, destaca el hecho que la percepción del riesgo del destino, en el supuesto de actividad extractiva en aguas relativamente cercanas a Fuerteventura, es elevada. Esto se traduce en una reducción significativa de la valoración de la imagen percibida y de la intención del comportamiento. Por lo tanto, se puede deducir que existe una relación causal entre riesgo, imagen percibida e intención del comportamiento.

5. LIMITACIONES Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS

Tras la finalización de las cuatro primeras fases del procedimiento de desarrollo de un instrumento de medida sugeridas por Churchill (1979), se logra construir una escala de medida para los constructos del modelo teórico (figura 1). No obstante, la adecuación de la escala, queda supeditada a la evaluación de la misma. La realización de las últimas fases del procedimiento, permitirá evaluar la fiabilidad y validez de la escala necesarias para determinar la idoneidad del instrumento de medida. En caso de no superar estas últimas fases, se deberá volver a reespecificar el dominio del constructo.

Por otra parte, aunque en la elección de los antecedentes y componentes de los constructos que componen el modelo conceptual y del instrumento de medida, se ha tratado de ser riguroso según lo que la teoría ha sugerido, puede que existan otros ítems y dimensiones no considerados. También se

⁷ Canarias, entre las más beneficiadas por la inseguridad en el norte de África (20 de abril de 2016). La Provincia de Las Palmas. Recuperado de <http://www.laprovincia.es/economia/2016/04/20/canarias-beneficiadas-inseguridad-norte-africa/813199.html>

podrían incorporar otras variables de clasificación del turista que no se han tenido en cuenta en el presente cuestionario.

Asimismo, quedaría pendiente el tratamiento de los datos obtenidos lo que permitirá: (1) identificar los factores de riesgo percibidos ante la posible extracción de hidrocarburos, estimarlos y valorarlos en términos de importancia para el turista; (2) determinar qué componentes de la imagen del destino se ven condicionados en mayor medida por los factores de riesgo percibidos y; (3) contrastar las hipótesis del modelo conceptual.

A partir de los resultados de estos futuros trabajos, se podrán establecer recomendaciones a los gestores del destino para la mejor promoción del mismo.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Ahmed, Z. U. (1996). The need for the identification of the constituents of a destination's tourist image: A promotion segmentation perspective. *Journal of Professional Services Marketing*, 14(1), 37-60.
- Baloglu, S., y McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Beerli, A., y Martín, J. D. (2004a). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- Beerli, A., y Martín, J.D. (2004b). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: A quantitative analysis—a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25(5), 623-636.
- Bigne, J. E., Sanchez, M. I., y Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., y Zeithaml, V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7-27.
- Canarias, entre las más beneficiadas por la inseguridad en el norte de África (20 de abril de 2016). La Provincia de Las Palmas. Recuperado de <http://www.laprovincia.es/economia/2016/04/20/canarias-beneficiadas-inseguridad-norte-africa/813199.html>
- Chen, C., y Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
- Cheron, E. J., y Ritchie, J. (1982). Leisure activities and perceived risk. *Journal of Leisure Research*, 14(2), 139-154.
- Chew, E. Y. T., y Jahari, S. A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, 40, 382-393.
- Chon, K. (1990). The role of destination image in tourism: A review and discussion. *The Tourist Review*, 45(2), 2-9.
- Churchill, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73.
- Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research*, 17(4), 18-23.
- Dann, G. M. (1996). Tourists' images of a destination-an alternative analysis. *Journal of Travel y Tourism Marketing*, 5(1-2), 41-55.
- Echtner, C. M., y Ritchie, J. B. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of Travel Research*, 31(4), 3-13.
- España (2014). Resolución de 11 de agosto de 2014, de la Dirección General de Política Energética y Minas, por la que se autoriza a Repsol Investigaciones Petrolíferas SA, la ejecución de sondeos exploratorios en los permisos de investigación de hidrocarburos "Canarias 1" a "Canarias 9". Boletín Oficial del Estado [en línea], 13 de agosto de 2014, 196, 64826-64837. [Consulta 3 junio 2016]. Versiones html, pdf, epub, con texto consolidado. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2014/08/13/pdfs/BOE-A-2014-8694.pdf>
- Fakeye, P. C., y Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16.
- Finn, M., Walton, M., y Elliott-White, M. (2000). *Tourism and leisure research methods: Data collection, analysis, and interpretation*. Harlow: Longman.
- Floyd, M. F., Gibson, H., Pennington-Gray, L., y Thapa, B. (2004). The effect of risk perceptions on intentions to travel in the aftermath of september 11, 2001. *Journal of Travel y Tourism Marketing*, 15(2-3), 19-38.
- Floyd, M. F., y Pennington-Gray, L. (2004). Profiling risk perceptions of tourists. *Annals of Tourism*

- Research, 31(4), 1051-1054.
- Fuchs, G., y Reichel, A. (2006). Tourist destination risk perception: The case of Israel. *Journal of Hospitality y Leisure Marketing*, 14(2), 83-108.
- Fuchs, G., y Reichel, A. (2011). An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination. *Tourism Management*, 32(2), 266-276.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G., y Garcia, H. C. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78.
- Gartner, W. C. (1994). Image formation process. *Journal of Travel y Tourism Marketing*, 2(2-3), 191-216.
- Gartner, W. C., y Shen, J. (1992). The impact of Tiananmen Square on China's tourism image. *Journal of Travel Research*, 30(4), 47-52.
- Gartner, W. C., y Hunt, J. D. (1987). An analysis of state image change over a twelve-year period (1971-1983). *Journal of Travel Research*, 26(2), 15-19.
- Gitelson, R. J., y Crompton, J. L. (1983). The planning horizons and sources of information used by pleasure vacationers. *Journal of Travel Research*, 21(3), 2-7.
- Gobierno de Canarias (2015). Encuesta sobre el gasto turístico. ISTAC
- Goodrich, J. N. (1978). The relationship between preferences for and perceptions of vacation destinations: Application of a choice model. *Journal of Travel Research*, 17(2), 8-13.
- Gunn, C. A. (1988). *Vacationscape: Designing tourist regions* (2nd ed.) Van Nostrand Reinhold.
- Huang, Y., Tseng, Y., y Yiap, L. (2012). Image recovery of the resurrected seashore city-New Orleans, Louisiana. *Journal of Coastal Research*, 29(2), 430-437.
- Hunt, J. D. (1975). Image as a factor in tourism development. *Journal of Travel Research*, 13(3), 1-7.
- Jacoby, J., y Kaplan, L. B. (1972). The components of perceived risk. *Advances in Consumer Research*, 3(3), 382-383.
- Kozak, M., Crotts, J. C., y Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233-242.
- Lehto, X., Douglas, A. C., y Park, J. (2008). Mediating the effects of natural disasters on travel intention. *Journal of Travel y Tourism Marketing*, 23(2-4), 29-43.
- Lepp, A., y Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606-624.
- Lepp, A., Gibson, H., y Lane, C. (2011). Image and perceived risk: A study of Uganda and its official tourism website. *Tourism Management*, 32(3), 675-684.
- Luque, T. (1999). "Encuestas para la Investigación", en Sarabia, F.J. (coordinador): *Metodología para la Investigación en Marketing y Dirección de Empresas*. Pirámide. Madrid, 273- 305.
- Milman, A., y Pizam, A. (1995). The role of awareness and familiarity with a destination: The central florida case. *Journal of Travel Research*, 33(3), 21-27.
- Miller, G. A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Psychological review*, 63(2), 81-97.
- Mowen, J. C., y Minor, M. (1998) *Consumer behaviour*. 5th. Ed. Printice Hall. Upper Saddle River. New Jersey.
- Padrón Fumero, N., Ramos-Real, F.J., Hernández Martín, R., y Rodríguez Rodríguez, Y. (2013). *Turismo y prospecciones petrolíferas en Canarias*. Cátedra de Turismo CajaCanarias-ASHOTEL-ULL, La Laguna.
- Pike, S. (2002). Destination image analysis—a review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*, 23(5), 541-549.
- Pike, S., y Ryan, C. (2004). Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective, and conative perceptions. *Journal of Travel Research*, 42(4), 333-342.
- Pizam, A., Jeong, G., Reichel, A., van Boemmel, H., Lusson, J. M., Steynberg, L., ... Montmany, N. (2004). The relationship between risk-taking, sensation-seeking, and the tourist behavior of young adults: A cross-cultural study. *Journal of Travel Research*, 42(3), 251-260.
- Qi, C. X., Gibson, H. J., y Zhang, J. J. (2009). Perceptions of risk and travel intentions: The case of China and the Beijing Olympic Games. *Journal of Sport y Tourism*, 14(1), 43-67.
- Quintal, V. A., Lee, J. A., y Soutar, G. N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management*, 31(6), 797-805.
- Reisinger, Y., y Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, 43(3), 212-225.
- Roehl, W. S., y Fesenmaier, D. R. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory

- analysis. *Journal of Travel Research*, 30(4), 17-26.
- Roselius, T. (1971). Consumer rankings of risk reduction methods. *Journal of Marketing*, 35, 56-61.
- Ross, I. (1975). Perceived risk and consumer behavior: a critical review. *Advances in Consumer Research*, 2(1), 1-20.
- Russel, J. A., y Pratt, G. (1980). A description of the affective quality attributed to environments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38(2), 311.
- San Martín, H., y Rodríguez del Bosque, I. A. (2008). Exploring the cognitive–affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation. *Tourism Management*, 29(2), 263-277.
- Sarabia, F.J. (1999). "Construcción de escalas de medida", en Sarabia, F.J. (coordinador): *Metodología para la Investigación en Marketing y Dirección de Empresas*. Pirámide. Madrid, 273- 305.
- Schiffman, L. G., y Kanuk, L. L. (1991). Communication and consumer behavior. *Consumer Behavior*, 2, 268-306.
- Sönmez, S. F., y Graefe, A. R. (1998a). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 171-177.
- Sönmez, S. F., y Graefe, A. R. (1998b). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112-144.
- Sönmez, S. F. (1998). Tourism, terrorism, and political instability. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 416-456.
- Tasci, A. D., y Gartner, W. C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413-425.
- Tsaur, S., Tzeng, G., y Wang, K. (1997). Evaluating tourist risks from fuzzy perspectives. *Annals of Tourism Research*, 4(24), 796-812.
- Wang, H. Y. (2017). Determinants hindering the intention of tourists to visit disaster-hit destinations. *Current Issues in Tourism*, 20(5), 459-479.
- Woodside, A. G., y Lyonski, S. (1989). A general model of traveler destination choice. *Journal of Travel Research*, 27(4), 8-14.
- Zikmund, W.G (1998): "Investigación a través de encuestas: métodos básicos de comunicación con los encuestados", en *Investigación de mercados*, 6ª edición. Prentice Hall. México, 219-248.

ANEXOS

Tabla i. Riesgo percibido en función de las características del turista

			RIESGOS PERCIBIDOS									
		DATOS TURISTA	Alimento s	Contaminación	Accidentes	Infraestructuras	Equipamientos	Ocio/ma r	Calid/precio	Tiempo	Satisfacción	Desaprobación
Isla	A	Tenerife	5,24	5,93 ^(B)	6,18 ^(B)	5,06	4,98	5,80 ^(B)	4,75	4,59	4,59	4,51
	B	Fuerteventura	5,39	5,65	5,71	5,10	5,06	5,38	4,99 ^(A)	4,90 ^(A)	4,99 ^(A)	4,83 ^(A)
Residencia	C	Reino Unido	5,26	5,84	6,01	5,01	5,08	5,62	4,94	4,76	4,78	4,69
	D	Alemania	5,34	5,68	5,73	5,14	4,97	5,34	4,78	4,70	4,74	4,65
	E	España	5,33	5,92	6,13 ^(D)	5,04	4,88	5,62	4,69	4,55	4,55	4,46
	F	Resto países	5,33	5,76	5,96	5,13	5,06	5,78 ^(D)	4,95	4,86	4,97	4,77
Sexo	G	Hombre	5,28	5,77	5,94	5,05	4,93	5,57	4,79	4,65	4,65	4,59
	H	Mujer	5,35	5,81	5,95	5,12	5,13	5,62	4,96	4,86	4,96 ^(G)	4,77
Edad	I	16 a 25 años	5,35	5,77	5,92	5,18	5,08	5,61	5,11 ^(I)	4,97 ^(I)	5,01 ^(I)	4,96 ^(I)
	J	26 a 35 años	5,10	5,64	5,79	4,83	4,76	5,46	4,58	4,44	4,37	4,28
	K	36 a 45 años	5,30	5,80	6,04	5,08	5,02	5,60	4,86	4,74	4,84 ^(I)	4,61
	L	46 a 55 años	5,47	5,95	5,99	5,24	5,19 ^(I)	5,75	5,04 ^(I)	4,87	5,00 ^(I)	4,90 ^(I)
	M	56 a 75 años	5,64 ^(I)	5,90	6,01	5,38 ^(I)	5,39 ^(I)	5,63	5,11	5,13 ^(I)	5,19 ^(I)	5,18 ^(I)
Estudios	N	Educación obligatoria	5,41	5,68	5,90	5,15	5,02	5,55	4,93	4,82	4,91	4,91
	Ñ	Bachiller/FP grado medio	5,37	5,86	5,94	5,14	5,03	5,59	4,80	4,70	4,72	4,66
	O	Universitarios/FP avanzado	5,20	5,76	5,96	5,00	4,99	5,62	4,91	4,74	4,79	4,59
Visitas anteriores	P	Ninguna vez	5,26	5,80	5,93	5,18	5,01	5,70	4,87	4,78	4,76	4,71
	Q	Una vez	5,14	5,58	5,79	4,85	4,78	5,35	4,66	4,51	4,66	4,58
	R	Dos o más veces	5,16	5,95	6,10	5,02	4,97	5,65	4,73	4,63	4,61	4,41
	S	Tres o más veces	5,13	5,66	5,87	4,69	4,89	5,47	4,62	4,36	4,42	4,31
	T	Cuatro veces o más	5,54	5,83	5,98	5,20	5,20	5,59	5,08	4,95	5,04 ^(S)	4,88
Motivo vacaciones	U	Playas	4,94	5,58	5,70	4,69	4,61	5,33	4,50	4,32 ^(AA)	4,29 ^(AA)	4,20 ^(AA)
	V	Tranquilidad/descanso/relax	5,38 ^(U)	5,76	5,87	5,23 ^(U,AA)	5,17 ^(U,AA)	5,63	5,13 ^(U,AA)	4,92 ^(U,AA)	5,02 ^(U,AA)	4,94 ^(U,AA)
	W	Seguridad/ adecuado niños	5,60 ^(U,AA)	5,93	6,14 ^(U)	5,22 ^(U,AA)	5,25 ^(U,AA)	5,58	5,06 ^(U,AA)	5,10 ^(U,AA)	5,14 ^(U,AA)	4,98 ^(U,AA)
	X	Conocer nuevos lugares	5,59 ^(U,AA)	5,99	6,14 ^(U)	5,57 ^(U,AA)	5,54 ^(U,AA)	5,99 ^(U)	5,31 ^(U,AA)	5,26 ^(U,AA)	5,29 ^(U,AA)	5,22 ^(U,AA)
	Y	Paisajes/ medioambiente	5,37	5,71	5,96	5,28 ^(AA)	5,12 ^(AA)	5,79	5,21 ^(U,AA)	5,05 ^(U,AA)	5,08 ^(U,AA)	5,05 ^(U,AA)
	Z	Actividades en el mar	5,39	5,73	5,99	5,03	5,03	5,51	4,72 ^(AA)	4,82 ^(AA)	5,01 ^(U,AA)	4,69 ^(AA)
	AA	Clima	4,87	5,89	5,97	4,46	4,23	5,44	3,86	3,48	3,51	3,27
	AB	Con menores de 13 años	5,24	5,79	5,94	5,00	4,96	5,53	4,76	4,66	4,68	4,56
Niños	AC	NO menores de 13 años	5,36	5,81	5,94	5,15	5,06	5,65	4,96	4,81	4,88	4,76
	AD	Recomendaciones	5,27	5,72	5,84	5,14	5,03	5,48	4,88	4,77	4,82	4,69
Información	AE	Internet	5,39	5,73	5,93	5,26	5,23	5,74	5,19 ^(AF,AG)	5,16 ^(AF)	5,18 ^(AF)	5,07 ^(AF)
	AF	Visitas anteriores	5,30	5,86	6,00	4,99	4,92	5,54	4,73	4,56	4,62	4,50
	AG	Información de medios	5,28	5,69	5,72	4,97	4,69	5,45	4,21	4,24	4,38	4,17
	AH	Agencia viajes/turoperador	5,35	5,86	6,08	5,09	5,11	5,73	4,98	4,83	4,81	4,72
	AI	Contratando un paquete	5,26	5,77	5,87	5,03	4,95	5,48	4,86	4,68	4,74	4,63
Viaje	AJ	Por cuenta propia	5,39	5,76	5,96	5,18	5,15	5,70	5,03	4,94	5,01 ^(AK)	4,89 ^(AK)
	AK	Mixto	5,30	5,87	6,02	5,06	5,01	5,63	4,71	4,61	4,59	4,47
Renta	AL	Menos de 12.000 €	5,44 ^(AO)	5,37	5,37	5,12	5,03	5,25	4,96	4,81	4,97	4,93

anual	A M	De 12.000 € a 36.000 €	5,35 ^(AO)	5,77	5,91 ^(AL)	5,12	5,04	5,60	4,87	4,80	4,80	4,77
	AN	De 36.001 € a 60.000 €	5,45 ^(AO)	5,93 ^(AL)	6,08 ^(AL)	5,22	5,18	5,70	5,02	4,82	4,90	4,74
	AÑ	De 60.001 € a 84.000 €	5,18	5,84	5,97 ^(AL)	4,82	4,84	5,71	4,73	4,41	4,51	4,25
	AO	Más de 84.000 €	4,58	5,53	5,67	4,83	4,92	5,00	4,54	4,53	4,58	4,39

Nota: Las letras entre paréntesis muestran diferencias, estadísticamente significativas al 95%, entre los grupos (prueba t para muestras independientes)

Fuente: Elaboración propia

Tabla ii. Intención del comportamiento en función de las características del turista

INTENCIÓN COMPORTAMIENTO			Volver			Recomendar		
Sin y en el supuesto de actividad extractiva (SIN/CON)			SIN	CON	DIF.	SIN	CON	DIF.
Total			5,83	3,37	-2,46	6,17	3,38	-2,79
Isla	A	Tenerife	5,69	3,63 ^(B)	-2,06	6,19	3,72 ^(B)	-2,47
	B	Fuerteventura	5,96 ^(A)	3,11	-2,85	6,15	3,04	-3,11
Residencia	C	Reino Unido	5,95 ^(F)	3,47	-2,48	6,24	3,50	-2,74
	D	Alemania	5,92	3,25	-2,67	6,14	3,19	-2,95
	E	España	5,67	3,23	-2,44	6,11	3,31	-2,80
	F	Resto países	5,68	3,42	-2,26	6,13	3,45	-2,68
Sexo	G	Hombre	5,80	3,44	-2,36	6,14	3,48	-2,66
	H	Mujer	5,85	3,28	-2,57	6,21	3,28	-2,93
Edad	I	16 a 25 años	5,78	3,18	-2,60	6,19	3,24	-2,95
	J	26 a 35 años	5,69	3,44	-2,25	6,11	3,52	-2,59
	K	36 a 45 años	5,80	3,54	-2,26	6,13	3,54	-2,59
	L	46 a 55 años	5,90	3,23	-2,67	6,21	3,14	-3,07
	M	56 a 75 años	6,28 ^(I,J,K)	3,13	-3,15	6,37	3,12	-3,25
Estudios	N	Educación obligatoria	5,82	3,21	-2,61	6,16	3,24	-2,92
	Ñ	Bachiller/Formación profes. de grado medio	5,85	3,43	-2,42	6,23	3,49	-2,74
	O	Universitarios/Formación profes. de grado avanzado	5,79	3,35	-2,44	6,10	3,31	-2,79
Visitas anteriores	P	Ninguna vez	5,61	3,31	-2,30	6,04	3,40	-2,64
	Q	Una vez	5,66	3,55	-2,11	6,12	3,60	-2,52
	R	Dos o más veces	5,60	3,63	-1,97	5,98	3,65 ^(I)	-2,33
	S	Tres o más veces	5,95	3,31	-2,64	6,15	3,27	-2,88
	T	Cuatro veces o más	6,24 ^(P,Q,R)	3,19	-3,05	6,45 ^(P,Q,R)	3,12	-3,33
Motivo vacaciones	U	Playas	5,67	3,60 ^(X)	-2,07	6,06	3,60 ^(X)	-2,46
	V	Tranquilidad/descanso/relax	6,06 ^(U,AA)	3,29	-2,77	6,34 ^(X)	3,34	-3,00
	W	Seguridad/un lugar adecuado para viajar con niños	6,07 ^(U,AA)	3,29	-2,78	6,26	3,20	-3,06
	X	Conocer nuevos lugares/cultura del lugar/búsqueda de sensaciones-emociones	5,73	2,82	-2,91	6,00	2,94	-3,06
	Y	Paisajes/calidad medioambiental/actividades en la naturaleza/turismo rural	5,99 ^(AA)	3,28	-2,71	6,37	3,28	-3,09
	Z	Actividades de ocio y deportivas en el mar	5,70	3,11	-2,59	6,03	3,14	-2,89
	AA	Clima	5,21	4,37 ^(U,V,W,X,Y,Z)	-0,84	6,04	4,39 ^(U,V,W,X,Y,Z)	-1,65
Niños	AB	Viajan con menores de 13 años	5,86	3,48	-2,38	6,18	3,44	-2,74
	AC	NO viajan con menores de 13 años	5,80	3,32	-2,48	6,16	3,38	-2,78
Información	AD	Recomendaciones de amigos y/o familiares	5,58	3,52 ^(AE)	-2,06	5,97	3,60 ^(AE)	-2,37
	AE	Internet	5,88	3,00	-2,88	6,17	3,02	-3,15
	AF	Visitas anteriores	5,97 ^(AD)	3,45 ^(AE)	-2,52	6,29 ^(AD)	3,42	-2,87

Viaje	AG	Información de medios de comunicación	5,45	3,72	-1,73	6,07	3,83	-2,24
	AH	Agencia de viajes/turoperador	5,65	3,20	-2,45	6,05	3,31	-2,74
	AI	Contratando un paquete turístico a través de turoperador/agencia de viajes	5,77	3,40	-2,37	6,14	3,46	-2,68
	AJ	Por cuenta propia	6,01 ^(AI,AK)	3,25	-2,76	6,27 ^(AK)	3,22	-3,05
	AK	Mixto	5,57	3,46	-2,11	6,04	3,51	-2,53
Renta anual	AL	Menos de 12.000 €	6,14 ^(AN)	3,27	-2,87	6,38	3,21	-3,17
	AM	De 12.000 € a 36.000 €	5,86	3,17	-2,69	6,16	3,23	-2,93
	AN	De 36.001 € a 60.000 €	5,88	3,29	-2,59	6,22	3,34	-2,88
	AÑ	De 60.001 € a 84.000 €	5,62	3,68	-1,94	6,07	3,54	-2,53
	AO	Más de 84.000 €	5,78	4,42 ^(AL,AM,AN)	-1,36	6,00	4,36 ^(AL,AM,AN)	-1,64

Nota 1: Letras entre paréntesis muestran diferencias, estadísticamente significativas al 95%, entre los grupos (prueba t para muestras independientes)

Nota 2: Los números en negrita muestran diferencias estadísticamente significativas al 95% entre las medias (prueba t para muestras pareadas)

Fuente: Elaboración propia

Tabla iii. Imagen afectiva en función de las características del turista

IMAGEN AFECTIVA			RELAJANTE			AGRADABLE		
Sin y en el supuesto de actividad extractiva (SIN/CON)			SIN	CON	DIF.	SIN	CON	DIF.
Total			6,23	3,50	-2,73	6,30	3,48	-2,82
Isla	A	Tenerife	6,16	3,92 ^(B)	-2,24	6,29	3,84 ^(B)	-2,45
	B	Fuerteventura	6,31 ^(A)	3,03	-3,28	6,31	3,12	-3,19
Residencia	C	Reino Unido	6,29	3,50	-2,79	6,42 ^(F)	3,59	-2,83
	D	Alemania	6,27	3,30	-2,97	6,32	3,23	-3,09
	E	España	6,25	3,59	-2,66	6,28	3,43	-2,85
	F	Resto países	6,13	3,62	-2,51	6,14	3,60	-2,54
Sexo	G	Hombre	6,22	3,58	-2,64	6,27	3,57	-2,70
	H	Mujer	6,25	3,40	-2,85	6,33	3,38	-2,95
Edad	I	16 a 25 años	6,24	3,17	-3,07	6,27	3,25	-3,02
	J	26 a 35 años	6,22	3,76 ^(I,M)	-2,46	6,29	3,71 ^(M)	-2,58
	K	36 a 45 años	6,17	3,58	-2,59	6,25	3,56	-2,69
	L	46 a 55 años	6,30	3,36	-2,94	6,33	3,37	-2,96
	M	56 a 75 años	6,37	3,12	-3,25	6,52	3,06	-3,46
Estudios	N	Educación obligatoria	6,30	3,40	-2,90	6,33	3,41	-2,92
	Ñ	Bachiller/Formación profes. de grado medio	6,23	3,56	-2,67	6,31	3,54	-2,77
	O	Universitarios/Formación profes. de grado avanzado	6,22	3,47	-2,75	6,29	3,45	-2,84
Visitas anteriores	P	Ninguna vez	6,13	3,45	-2,68	6,14	3,42	-2,72
	Q	Una vez	6,18	3,71 ^(T)	-2,47	6,26	3,73 ^(T)	-2,53
	R	Dos o más veces	6,17	4,00 ^(P,T)	-2,17	6,34	3,93 ^(T)	-2,41
	S	Tres o más veces	6,25	3,46	-2,79	6,46 ^(P)	3,41	-3,05
	T	Cuatro veces o más	6,42 ^(P)	3,15	-3,27	6,46 ^(P)	3,17	-3,29
Motivo vacaciones	U	Playas	6,13	3,85 ^(V,W,X)	-2,28	6,23	3,79 ^(X)	-2,44
	V	Tranquilidad/descanso/relax	6,34	3,33	-3,01	6,44 ^(X)	3,37	-3,07
	W	Seguridad/un lugar adecuado para viajar con niños	6,37	3,23	-3,14	6,39	3,35	-3,04
	X	Conocer nuevos lugares/cultura del lugar/búsqueda de sensaciones-emociones	6,16	2,87	-3,29	6,10	2,87	-3,23
	Y	Paisajes/calidad medioambiental/actividades en la naturaleza/turismo rural	6,32	3,27	-3,05	6,38	3,24	-3,14
	Z	Actividades de ocio y deportivas en el mar	6,23	3,37	-2,86	6,19	3,30	-2,89

	AA	Clima	6,06	4,87 ^(U,V,W,X,Y,Z)	-1,19	6,34	4,68 ^(U,V,W,X,Y,Z)	-1,66
Niños	AB	Viajan con menores de 13 años	6,25	3,54	-2,71	6,30	3,53	-2,77
	AC	NO viajan con menores de 13 años	6,22	3,49	-2,73	6,30	3,48	-2,82
Información	AD	Recomendaciones de amigos y/o familiares	6,11	3,66 ^(AE)	-2,45	6,15	3,58	-2,57
	AE	Internet	6,30	3,10	-3,20	6,29	3,13	-3,16
	AF	Visitas anteriores	6,29	3,61 ^(AE)	-2,68	6,42 ^(AD,AH)	3,58 ^(AE)	-2,84
	AG	Información de medios de comunicación	6,21	4,04	-2,17	6,31	3,83	-2,48
	AH	Agencia de viajes/turoperador	6,09	3,35	-2,74	6,12	3,37	-2,75
Viaje	AI	Contratando un paquete turístico a través de turoperador/agencia de viajes	6,19	3,50	-2,69	6,24	3,51	-2,73
	AJ	Por cuenta propia	6,29	3,26	-3,03	6,40 ^(AI,AK)	3,28	-3,12
	AK	Mixto	6,20	3,84 ^(AJ)	-2,36	6,22	3,70 ^(AJ)	-2,52
Renta anual	AL	Menos de 12.000 €	6,28	3,25	-3,03	6,39	3,28	-3,11
	AM	De 12.000 € a 36.000 €	6,26	3,34	-2,92	6,32	3,38	-2,94
	AN	De 36.001 € a 60.000 €	6,26	3,30	-2,96	6,32	3,27	-3,05
	AÑ	De 60.001 € a 84.000 €	6,25	4,00 ^(AM,AN)	-2,25	6,33	3,78	-2,55
	AO	Más de 84.000 €	6,33	4,40 ^(AL,AM,AN)	-1,93	6,31	4,63 ^(AL,AM,AN)	-1,68

Nota 1: Las letras entre paréntesis muestran diferencias, estadísticamente significativas al 95%, entre los grupos (prueba t para muestras independientes)

Nota 2: Los números en negrita muestran diferencias estadísticamente significativas al 95% entre las medias (prueba t para muestras pareadas)

Fuente: Elaboración propia

Tabla iv. Imagen cognitiva en función de las características del turista

IMAGEN AFECTIVA. Sin y en el supuesto de actividad extractiva			PAISAJE			MEDIOAMBIENTE			INFRAESTRUCTUR.			EQUIPAMIENTOS			OCIO MAR			GASTRONOMÍA			CALID/PRECIO			SEGURIDAD		
			SIN	CON	DIF.	SIN	CON	DIF.	SIN	CON	DIF.	SIN	CON	DIF.	SIN	CON	DIF.	SIN	CON	DIF.	SIN	CON	DIF.	SIN	CON	DIF.
		Total	5,81	3,40	- 2,41	5,81	3,09	- 2,72	5,51	3,46	- 2,05	5,71	3,52	- 2,19	5,96	3,03	- 2,93	5,57	3,34	- 2,23	5,71	3,52	- 2,19	6,29	3,51	- 2,78
Isl	A	Tenerife	5,87	3,78 ^(B)	- 2,09	5,79	3,24 ^(B)	- 2,55	5,45	3,68 ^(B)	- 1,77	5,77	3,71 ^(B)	- 2,06	5,99	3,05	- 2,94	5,32	3,43	- 1,89	5,70	3,74 ^(B)	- 1,96	6,40 ^(B)	3,76 ^(B)	- 2,64
	B	Fuerteventura	5,76	3,01	- 2,75	5,84	2,94	- 2,90	5,56	3,24	- 2,32	5,66	3,32	- 2,34	5,94	3,02	- 2,92	5,83 ^(A)	3,25	- 2,58	5,73	3,30	- 2,43	6,18	3,25	- 2,93
Resid	C	Reino Unido	5,91	3,60 ^(D)	- 2,31	5,89	3,23	- 2,66	5,62 ^(E)	3,61 ^(D)	- 2,01	5,88 ^(F)	3,64	- 2,24	6,03	3,15	- 2,88	5,62 ^(E)	3,41	- 2,21	5,87 ^(D,E)	3,64 ^(D)	- 2,23	6,42 ^(D,F)	3,69 ^(D)	- 2,73
	D	Alemania	5,80	3,10	- 2,70	5,82	2,92	- 2,90	5,66 ^(E)	3,20	- 2,46	5,82 ^(F)	3,31	- 2,51	6,03	2,95	- 3,08	5,77 ^(E)	3,25	- 2,52	5,78 ^(E)	3,26	- 2,52	6,19	3,24	- 2,95
	E	España	5,70	3,44	- 2,26	5,73	2,92	- 2,81	5,12	3,49	- 1,63	5,60	3,66	- 1,94	5,87	2,84	- 3,03	5,14	3,26	- 1,88	5,38	3,63	- 1,75	6,32	3,44	- 2,88
	F	Resto países	5,77	3,40	- 2,37	5,76	3,15	- 2,61	5,43 ^(E)	3,51	- 1,92	5,48	3,49	- 1,99	5,87	3,07	- 2,80	5,56 ^(E)	3,36	- 2,20	5,62	3,56	- 2,06	6,20	3,56	- 2,64
Sex	G	Hombre	5,79	3,45	- 2,34	5,80	3,10	- 2,70	5,43	3,48	- 1,95	5,64	3,59	- 2,05	5,97	3,03	- 2,94	5,53	3,38	- 2,15	5,67	3,59	- 2,08	6,30	3,56	- 2,74
	H	Mujer	5,84	3,33	- 2,51	5,82	3,07	- 2,75	5,6 ^(G)	3,43	- 2,17	5,80 ^(G)	3,43	- 2,37	5,95	3,04	- 2,91	5,61	3,29	- 2,32	5,76	3,43	- 2,33	6,27	3,44	- 2,83
Edad	I	16 a 25 años	5,86	3,17	- 2,69	5,70	2,91	- 2,79	5,59	3,23	- 2,36	5,70	3,25	- 2,45	6,02	2,89	- 3,13	5,69	3,27	- 2,42	5,75	3,42	- 2,33	6,29	3,36	- 2,93
	J	26 a 35 años	5,78	3,67 ^(M)	- 2,11	5,82	3,23	- 2,59	5,45	3,68	- 1,77	5,68	3,74 ^(M)	- 1,94	5,94	3,16	- 2,78	5,44	3,45	- 1,99	5,59	3,70	- 1,89	6,22	3,64	- 2,58

	K	36 a 45 años	5,74	3,49 (M)	- 2,25	5,75	3,19	- 2,56	5,38	3,49	- 1,89	5,61	3,58	- 2,03	5,84	3,06	- 2,78	5,47	3,36	- 2,11	5,66	3,53	- 2,13	6,25	3,60	- 2,65
	L	46 a 55 años	5,89	3,24	- 2,65	5,90	3,02	- 2,88	5,61	3,38	- 2,23	5,83	3,45	- 2,38	6,03	2,95	- 3,08	5,70	3,33	- 2,37	5,81	3,44	- 2,37	6,37	3,42	- 2,95
	M	56 a 75 años	5,91	2,84	- 3,07	6,00	2,70	- 3,30	5,78 (K)	3,15	- 2,63	5,94	3,14	- 2,80	6,23 (K)	2,91	- 3,32	5,90 (I,K)	3,03	- 2,87	6,03 (I,K)	3,25	- 2,78	6,50	3,20	- 3,30
E s t	N	Educación obligatoria	5,84	3,21	- 2,63	5,81	2,91	- 2,90	5,51	3,33	- 2,18	5,61	3,54	- 2,07	5,84	3,08	- 2,76	5,47	3,20	- 2,27	5,51	3,40	- 2,11	6,31	3,30	- 3,01
	Ñ	Bachiller/FP medio	5,83	3,45	- 2,38	5,85	3,14	- 2,71	5,51	3,46	- 2,05	5,73	3,52	- 2,21	5,92	3,04	- 2,88	5,54	3,39	- 2,15	5,70	3,59	- 2,11	6,24	3,53	- 2,71
	O	Universitarios/FP avanzado	5,78	3,39	- 2,39	5,77	3,09	- 2,68	5,50	3,51	- 1,99	5,73	3,52	- 2,21	6,06	3,01	- 3,05	5,63	3,34	- 2,29	5,80	3,50	- 2,30	6,34	3,56	- 2,78
V i s i t a n t	P	Ninguna vez	5,77	3,31	- 2,46	5,76	3,01	- 2,75	5,43	3,40	- 2,03	5,57	3,43	- 2,14	5,88	2,87	- 3,01	5,45	3,29	- 2,16	5,56	3,47	- 2,09	6,17	3,37	- 2,80
	Q	Una vez	5,86	3,72 (T)	- 2,14	5,70	3,34 (T)	- 2,36	5,45	3,66 (T)	- 1,79	5,70	3,74	- 1,96	5,91	3,34 (P)	- 2,57	5,54	3,51	- 2,03	5,68	3,70	- 1,98	6,18	3,76 (T)	- 2,42
	R	Dos o más veces	5,71	3,78 (T)	- 1,93	5,80	3,35 (T)	- 2,45	5,52	3,85 (T)	- 1,67	5,63	3,80 (T)	- 1,83	5,93	3,23	- 2,70	5,47	3,60	- 1,87	5,61	3,87 (E)	- 1,74	6,35	4,02 (P,T)	- 2,33
	S	Tres o más veces	5,82	3,80 (T)	- 2,02	5,96	3,41 (T)	- 2,55	5,55	3,73 (T)	- 1,82	5,89	3,96 (T)	- 1,93	6,02	3,39	- 2,63	5,47	3,64	- 1,83	5,86	3,75	- 2,11	6,40	3,84 (T)	- 2,56
	T	Cuatro veces o más	5,87	3,04	- 2,83	5,89	2,83	- 3,06	5,62	3,18	- 2,44	5,89 (P)	3,27	- 2,62	6,10	2,88	- 3,22	5,81 (P)	3,12	- 2,69	5,95 (P,R)	3,29	- 2,66	6,48 (P,Q)	3,24	- 3,24
M o t i v o	U	Playas	5,66	3,59 (X,Z)	- 2,07	5,68	3,20 (X)	- 2,48	5,24	3,69 (X)	- 1,55	5,65	3,80 (X)	- 1,85	5,98	3,24 (X)	- 2,74	5,39 (A,A)	3,53 (X)	- 1,86	5,68	3,76 (X)	- 1,92	6,20	3,81 (V,X)	- 2,39
	V	Tranquilidad/descanso/relax	5,97	3,26	- 2,71	5,87	3,01	- 2,86	5,77 (U,X,AA)	3,24	- 2,53	5,89 (X)	3,33	- 2,56	5,95	2,94	- 3,01	5,74 (U,AA)	3,22	- 2,52	5,87	3,41	- 2,46	6,40	3,26	- 3,14
	W	Seguridad/un lugar adecuado para viajar con niños	5,83	3,31	- 2,52	5,90	3,11	- 2,79	5,64 (U)	3,37	- 2,27	5,78	3,44	- 2,34	5,81	3,09 (X)	- 2,72	5,72 (AA)	3,29	- 2,43	5,81	3,40	- 2,41	6,35	3,48	- 2,87
	X	Conocer nuevos lugares	5,88	2,84	- 3,04	5,84	2,68	- 3,16	5,39	3,00	- 2,39	5,48	2,93	- 2,55	5,98	2,44	- 3,54	5,59 (AA)	2,90	- 2,69	5,59	3,05	- 2,54	6,12	2,90	- 3,22
	Y	Paisajes/medioambiente	6,00	3,49	- 2,51	6,12 (U,AA)	3,21	- 2,91	5,72 (U,AA)	3,49	- 2,23	5,82	3,42	- 2,40	6,04	3,07	- 2,97	5,88 (U,AA)	3,33	- 2,55	5,70	3,61	- 2,09	6,33	3,53	- 2,80
	Z	Actividades en el mar	5,76	2,79	- 2,97	5,77	2,79	- 2,98	5,65	3,13	- 2,52	5,66	3,30	- 2,36	6,10	2,97	- 3,13	5,75 (AA)	3,18	- 2,57	5,62	3,13	- 2,49	6,24	3,17	- 3,07
	A A	Clima	5,55	4,94 (U,V,W, X,Y,Z)	- 0,61	5,52	3,86 (V,W,X, Z)	- 1,66	5,17	4,68 (U,V,W, X,Y,Z)	- 0,49	5,54	4,69 (U,V,W, X,Y,Z)	- 0,85	5,92	3,69 (V,X)	- 2,23	4,76	4,21 (U,V,W, X,Y,Z)	- 0,55	5,44	4,46 (U,V,W, X,Y,Z)	- 0,98	6,48	4,76 (U,V,W, X,Y,Z)	- 1,72
N i ñ	A B	Con menores de 13 años	5,83	3,53	- 2,30	5,82	3,21	- 2,61	5,42	3,55	- 1,87	5,68	3,63	- 2,05	5,87	3,13	- 2,74	5,53	3,43	- 2,10	5,69	3,60	- 2,09	6,27	3,63	- 2,64
	AC	NO menores de 13 años	5,80	3,32	- 2,48	5,81	3,01	- 2,80	5,56	3,41	- 2,15	5,74	3,45	- 2,29	6,04 (AB)	2,98	- 3,06	5,60	3,31	- 2,29	5,72	3,49	- 2,23	6,30	3,45	- 2,85
I	A	Recomendaciones	5,62	3,64	-	5,67	3,33	-	5,46	3,72	-	5,68	3,83	-	5,77	3,40	-	5,55	3,64	-	5,63	3,77	-	6,12	3,75	-

n f o r m a c	D			(AE)	1,98		(AE)	2,34		(AE)	1,74		(AE,AH)	1,85		(AE,AH)	2,37		(AE,AH)	1,91		(AE)	1,86		(AE)	2,37
	AE	Internet	5,87	2,87	- 3,00	5,80	2,69	- 3,11	5,53	2,98	- 2,55	5,65	3,02	- 2,63	6,01	2,63	- 3,38	5,73	2,91	- 2,82	5,71	3,08	- 2,63	6,19	2,97	- 3,22
	AF	Visitas anteriores	5,86	3,48 (AE)	- 2,38	5,94 (AD)	3,13 (AE)	- 2,81	5,55	3,55 (AE)	- 2,00	5,80	3,65 (AE)	- 2,15	6,04 (AD)	3,08 (AE)	- 2,96	5,58	3,45 (AE)	- 2,13	5,81	3,61 (AE)	- 2,20	6,42 (AD,AE)	3,62 (AE)	- 2,80
	A G	Información de medios	5,76	4,03 (AE)	- 1,73	5,90	3,59 (AE)	- 2,31	5,41	4,03 (AE)	- 1,38	5,72	4,21 (AE,AH)	- 1,51	5,76	3,31	- 2,45	5,24	3,55	- 1,69	5,41	4,00 (AE)	- 1,41	6,07	3,93	- 2,14
	A H	Agencia de viajes/turoperador	5,84	3,36	- 2,48	5,67	3,02	- 2,65	5,46	3,32	- 2,14	5,57	3,21	- 2,36	5,89	2,85	- 3,04	5,39	3,06	- 2,33	5,57	3,38	- 2,19	6,28	3,39	- 2,89
V i a j e	AI	Contratando paquete	5,78	3,50 (AJ)	- 2,28	5,72	3,22 (AJ)	- 2,50	5,51	3,51 (AJ)	- 2,00	5,73	3,56 (AJ)	- 2,17	5,87	3,18 (AJ)	- 2,69	5,56	3,48 (AJ)	- 2,08	5,70	3,61 (AJ)	- 2,09	6,20	3,65 (AJ)	- 2,55
	AJ	Por cuenta propia	5,88	3,12	- 2,76	5,92 (AJ)	2,84	- 3,08	5,54	3,22	- 2,32	5,77	3,26	- 2,51	6,08 (AJ)	2,83	- 3,25	5,71 (AK)	3,05	- 2,66	5,81 (AK)	3,26	- 2,55	6,35	3,22	- 3,13
	AK	Mixto	5,78	3,66 (AJ)	- 2,12	5,84	3,27 (AJ)	- 2,57	5,47	3,71 (AJ)	- 1,76	5,57	3,84 (AJ)	- 1,73	5,87	3,09	- 2,78	5,31	3,56 (AJ)	- 1,75	5,53	3,78 (AJ)	- 1,75	6,31	3,69 (AJ)	- 2,62
R e n t a	AL	Menos de 12.000 €	5,77	2,70	- 3,07	5,84	2,61	- 3,23	5,85 (AN)	2,93	- 2,92	5,78	2,96	- 2,82	6,04	2,62	- 3,42	6,01 (AM,AN)	2,86	- 3,15	5,96	3,04	- 2,92	6,19	2,82	- 3,37
	A M	De 12.000 € a 36.000 €	5,85	3,31	- 2,54	5,82	2,95	- 2,87	5,55	3,35	- 2,20	5,75	3,45	- 2,30	5,93	2,93	- 3,00	5,59	3,18	- 2,41	5,67	3,36	- 2,31	6,26	3,29	- 2,97
	A N	De 36.001 € a 60.000 €	5,89	3,20	- 2,69	5,88	2,98	- 2,90	5,42	3,33	- 2,09	5,69	3,43	- 2,26	5,96	2,97	- 2,99	5,56	3,23	- 2,33	5,77	3,41	- 2,36	6,30	3,41	- 2,89
	A Ñ	De 60.001 € a 84.000 €	5,77	3,79 (AL,AN)	- 1,98	5,84	3,39 (AL)	- 2,45	5,50	3,79 (AL)	- 1,71	5,69	3,82 (AL)	- 1,87	6,10	3,33 (AL)	- 2,77	5,55	3,77 (AL,AM ,AN)	- 1,78	5,71	4,06 (AL,AM ,AN)	- 1,65	6,41	3,97 (AL,AM ,AN)	- 2,44
	A O	Más de 84.000 €	5,56	4,19 (AL,AM ,AN)	- 1,37	5,80	4,44 (AL,AM ,AN,AÑ)	- 1,36	5,78	4,51 (AL,AM ,AN)	- 1,27	5,78	4,44 (AL,AM ,AN)	- 1,34	5,97	4,33 (AL,AM ,AN,AÑ)	- 1,64	5,97	4,33 (AL,AM ,AN)	- 1,64	5,78	4,28 (AL,AM ,AN)	- 1,50	6,28	4,64 (AL,AM ,AN)	- 1,64

Nota 1: Las letras entre paréntesis muestran diferencias, estadísticamente significativas al 95%, entre los grupos (prueba t para muestras independientes)

Nota 2: Los números en negrita muestran diferencias estadísticamente significativas al 95% entre las medias (prueba t para muestras pareadas)

Fuente: Elaboración propia

PASOS CERTEROS A FAVOR DE UN TURISMO SOSTENIBLE EN CUBA

Diana Hernández de la Guardia¹
Centro de Investigaciones Jurídicas, Cuba
dhguardia@minjus.gob.cu,
refrigeracion@sodeca.co.cu

RESUMEN

Cuba constituye un destino turístico “verde”, pero si no conserva su ecología, puede tener un gran retroceso. El trabajo aborda de forma general el crecimiento del turismo en el país y toma en cuenta la preocupación de los científicos por lograr un turismo sostenible en los territorios estudiados, lo cual implica la ejecución de muchísimas y variadas tareas que sobrepasan a veces los presupuestos o las posibilidades de los actores implicados. El diapasón es amplio y puede moverse desde la capacitación, la adopción de principios ambientales, la utilización del arte, al diagnóstico ambiental, la detección de prioridades, de indicadores ambientales, la instrumentación de Agendas, etc., siendo todas igualmente importantes, por lo cual han de ser tenidas muy en cuenta.

Palabras clave: ciencia, ecología, medio ambiente, economía.

¹ Doctora en Ciencias Jurídicas y Máster en Derecho Público por la Universidad de Valencia, España, ambos convalidados en Cuba. Profesora e Investigadora Auxiliar. Labora en el Centro de Investigaciones Jurídicas, donde ha dirigido diversos proyectos de investigación así como dos Programas Ramales.

INTRODUCCIÓN

Gracias a los avances de las comunicaciones, se hace más fácil la movilidad humana y debido a la globalización, se desdibujan las fronteras. Se concretiza el despertar del turismo como fuerza económica esencial en muchos países.

Para Cuba la participación en esta lucrativa actividad ha constituido un mecanismo de insoslayable valía, pues este renglón de la economía constituye uno de los más importantes en cuanto al ingreso económico de la isla. Su aporte al Producto Interno Bruto va en ascenso y se perfila como el sector positivamente más activo (El Guerrillero, 2017).

Sin embargo, tal crecimiento ha de estar acompañado de un acertado manejo del entorno, de modo que se garantice una adecuada y permanente operación turística, o lo que es lo mismo, un turismo sostenible. El trabajo presenta una panorámica de la preocupación de científicos cubanos –en un delimitado campo de acción territorial- por alcanzar esta finalidad. Para lograrlo han sido utilizados los métodos inductivo–deductivo, el análisis–síntesis y el sistémico. Se realizó la valoración de los datos estadísticos y se patentizó la revisión documental en función de toda la información obtenida y la bibliografía consultada.

Visión general del turismo en Cuba

El último día de 2016, se publicó un artículo en el que se reseñaba que el país había acogido la cifra de cuatro millones de visitantes, lo que representa un crecimiento del 13 por ciento en relación con la cifra alcanzada en el pasado calendario. Según se pronosticaba en ese trabajo, para 2017 los arribos podrán llegar a los cuatro millones 100 mil vacacionistas.

Expresaba que en 2015 se incrementaron en 14 los complejos hoteleros, con un aumento de dos mil 655 nuevas habitaciones en polos turísticos de gran belleza natural enclavados en Cayo Levisa, Viñales, Cayo Largo, Matanzas, Cayo Santa María, Jardines del Rey, Camagüey y Gibara, y que con la finalidad de diversificar la oferta, el Ministerio del Turismo prioriza el buceo y la náutica, el turismo de naturaleza y aventuras, circuitos, entre otros (Cubadebate, 2016).

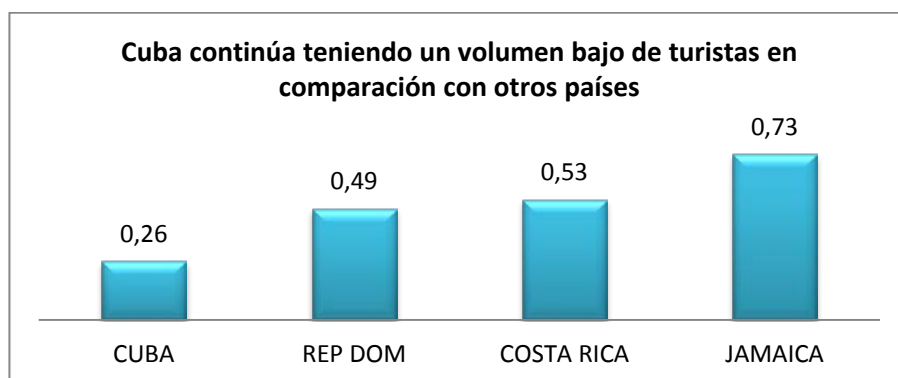
Según determinación de la Oficina Nacional de Estadísticas, para el primer semestre del año 2016 los motivos de viaje se comportaron como se expresa en la siguiente tabla (ONE, enero-julio 2016):

MOTIVOS	CANTIDAD	POR CIENTO
ocio, recreo, vacaciones	2 027 972	94,41
negocios, motivos profesionales	11 979	0,56
eventos	2 898	0,13
salud	20	0
otros motivos	105 050	4,9
TOTAL	2 147 919	100

Fuente: ONE, enero-junio 2016.

La institución estadística no delimita al “turismo ecológico” como una modalidad específica dentro del resto de las motivaciones turísticas. Debido a que el país constituye un destino de sol y playa y teniendo en cuenta la belleza paisajística y el entorno natural de muchos enclaves turísticos, es asumible lo implícito del contenido ecológico en motivos de ocio, recreo o vacaciones, y su relevancia (94%), con relación al total general.

Sin embargo, el término se ha utilizado al expresar que no se aprecia en Cuba un crecimiento acelerado del turismo ecológico, según se ha inferido del análisis de los datos estadísticos hasta el 2012, pero se esperaba su incremento a partir de un aumento significativo del turismo en general de ocurrir la liberalización de los viajes de los ciudadanos procedentes de los Estados Unidos (Moretti et al., 2016). La ilusión de un acrecentamiento del turismo norteamericano ha sido truncada con la política de la nueva administración de ese país. A mediados de junio de 2017, el presidente Donald Trump anunció nuevas medidas para cercenar el ya afectado derecho de los ciudadanos estadounidenses de visitar Cuba, a pesar que el Congreso de los Estados Unidos ha exigido todo lo contrario (Red Jurídica 19-06-2017), situación que contribuirá a mantener en un nivel bajo el índice de turistas por habitantes.



Fuente: Feinberg et al, 2016.

Las regiones que más turistas ingresaron al país en 2016 fueron América del Norte y Europa, sin dejar de destacar países de otros continentes que también han experimentado importantes aumentos en la emisión de viajeros a la Isla (Cubadebate 2016). En ese sentido, en el primer semestre de 2016, Cuba recibió el mayor por ciento de crecimiento respecto a

igual período del año anterior, con turistas de lejanas tierras como Indonesia, la India, Nueva Zelanda, Japón y Australia (ONE, 2016).

Los visitantes prefieren sitios de sol y playa, muy abundantes en el país, lo que ha llevado al incremento de las inversiones hoteleras en esos enclaves: “luego de la finalización de los ambiciosos programas de expansión hotelera del Gobierno cubano, sólo se habrá tocado una pequeña fracción de las más de 1.400 islas y bahías a lo largo de los 5.746 kilómetros de costas cubanas. Pero incluso este crecimiento limitado deberá administrarse cuidadosamente si se desea evitar que la nueva afluencia de visitantes traiga consigo daños ambientales” (Feinberg et al, 2016, 12).

Manifestaciones a favor de un turismo sostenible

Para evitar afectaciones al entorno natural, debe otorgársele la preponderancia y la importancia que éste requiere. No sin razón se afirma que la preeminencia del territorio en que se patentiza el turismo toma relevancia tal, que ha de “ser entendido como el argumento y no solamente como soporte del hecho turístico” (Moretti et al., 2016). Para lograrlo deben ser ejecutadas un sinnúmero de acciones ambientalistas, las cuales requieren del saber de los más variados especialistas vinculados a la materia, quienes, desde su ámbito territorial, interactúan interdisciplinariamente y realizan diagnósticos, detectan deficiencias y/o proponen las medidas adecuadas.

Debido a su gran oferta de actividades en contacto con la naturaleza, Cuba puede considerarse como un destino turístico verde (Feinberg et al, 2016), y en ese sentido han sido identificadas sus fortalezas y debilidades:



Fuente: Elaboración de la autora a partir de la información obtenida en Feinberg et al, 2016.

Es decir, que frente a las carencias económicas de distinto tipo, se impone la presencia de una bien detallada legislación ambientalista así como de entidades que están dedicadas únicamente a la protección del medio ambiente. La más importante de ellas, el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA), ha conceptualizado de manera muy completa el término “desarrollo sostenible” como sigue:

“Proceso de elevación sostenida y equitativa de la calidad de vida de las personas, mediante el cual se procura el crecimiento económico y el mejoramiento social, en una combinación armónica con la protección del medio ambiente, de modo que se satisfacen las necesidades de las actuales generaciones, sin poner en riesgo la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras” (CITMA 2014).

Una de las mayores preocupaciones en materia de sostenibilidad la tiene la playa más famosa del país: Varadero. Este destino turístico por excelencia ha recibido los embates de una explotación no ecológica, con afectación del entorno. Siendo un importante centro del turismo en Matanzas, ha sido instrumentada la Agenda 21 Local², que se presenta como un importante instrumento para una organización adecuada de la actividad turística sobre la base del desarrollo sostenible, por lo cual se han identificado indicadores cuantitativos y cualitativos para evaluar con rigor el desempeño económico y ecológico (Zamora et al, 2016), con la clara intención que no vuelvan a ocurrir las afectaciones al medio ambiente que le lastraron.

También en la provincia de Matanzas se encuentra la Península de Zapata, con un buen desarrollo del turismo de naturaleza, pero se hacía necesario estudiar sus efectos adversos. Según una investigación realizada para diagnosticar el impacto ambiental del turismo en esta área, se detectaron los indicadores más nocivos que fueron: la escasa contribución económica del turismo al área protegida, el pobre tratamiento de las aguas residuales, la deficiente gestión de los desechos sólidos (con presencia de microvertederos en zonas cercanas a las instalaciones), todo lo cual puede resumirse en una insuficiente política local a favor del medio ambiente (García et al, 2014), debiéndose trabajar en función de superar estas deficiencias.

La importancia de una adecuada capacitación en temas medioambientales también ha sido reconocida. El certero conocimiento del entorno, de las especies vegetales y animales y de las características del paisaje de un idílico cayo de la zona norte del país, como fue el caso de Cayo Cruz -aún sin haber recibido las transformaciones humanas-, obligaron a que se decidiera la preparación en temas ambientales a los implicados en el proceso constructivo de las futuras instalaciones. Para ello se determinaron cuáles eran sus principales carencias y se

² Según la División de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, el Programa 21 es un plan de acción exhaustivo que habrá de ser adoptado universal, nacional y localmente por organizaciones del Sistema de Naciones Unidas, Gobiernos y Grupos Principales de cada zona en la cual el ser humano influya en el medio ambiente (ONU, 2017).

instrumentó una capacitación que incluyó las principales legislaciones ambientales, así como normas de operación que incluyeran el manejo de los desechos, la seguridad e higiene en el trabajo así como otros temas afines.

También se ejecutaron matutinos (reuniones cortas por las mañanas para puntualizar temas), se elaboraron murales, se realizaron exposiciones de determinados tópicos, etc., todo lo cual contribuyó a lograr una mayor sensibilización de los operarios al ejecutarse acciones preventivas que contribuyeron al desarrollo de valores a favor de un mayor cuidado al medio ambiente (Agüero et al, 2017).

En la región oriental del país coexisten distintos destinos turísticos importantes, uno de ellos es el Parque Nacional Turquino, donde un grupo de investigadores diseñaron una cadena productiva favorable al desarrollo ecológico y económico de la localidad. Este estudio les permitió apreciar grandes dificultades que consideraron, gravitan en un aún insuficiente desarrollo del Turismo de Naturaleza, pero confían en que a partir del trabajo realizado, y tomando en cuenta los principios en que se fundamenta (sistémico; integrador; participativo; asociativo; competitivo, sostenibilidad; ambiental, económico y sociocultural), se logren los avances necesarios (Correa et al, 2015), siempre buscando que no se extienda de forma desordenada el ecoturismo sin un manejo adecuado, pues puede ocasionar graves daños al entorno, lo cual ha sido conocido como “turistificación” de las áreas protegidas (Moretti et al., 2016).

El bello Parque Nacional Baconao, destino tanto de turismo de playa como de montaña, ha sido declarado como Reserva de la Biósfera. Figueredo resalta que a pesar de haberse concretado varias investigaciones en las terrazas costeras, no se habían establecido las prioridades para la conservación de su diversidad vegetal, lo que ya se logró a partir de una jerarquía que se elaboró comenzando por el nivel de endemismo, el grado de amenaza, las limitaciones forestales, etc. Todo ello permitirá una mejor protección de las especies y de este ecosistema (Figueredo, 2016).

El factor cultural no ha quedado a un lado. En el caso del asentamiento rural “El Jobero”, en la comunidad rural de la cordillera “Guamuhaya”, en el centro del país, se organizó el “Teatro de los Elementos”, presentando lo que ellos mismos han considerado como un “producto cultural turístico de nuevo tipo”, pues además de su proyección artística, intenta fomentar el desarrollo sostenible a partir de criterios medio ambientales, educativos y formadores de capacidades (Ojeda et al, 2016).

CONCLUSIONES

La conciencia a favor del cuidado del medio ambiente ha calado hondo en el sector turístico del país, pero no basta con ello. Es necesario llevar a vías de hecho la buena intención de preservar la ecología y favorecer la gestión turística comunitaria.

Los geógrafos, arquitectos, constructores, juristas, etc., están volcando sus saberes para contribuir a la preservación de los espacios turísticos naturales con el menor impacto dañino posible.

Los trabajos científicos con proyección ambientalista tienen variadas temáticas en el ámbito del desarrollo turístico, a modo de buscar distintas maneras de garantizar una operación turística confiable y sostenible.

Es apreciable que lograr un turismo sostenible implica la ejecución de muchísimas y diversas tareas que sobrepasan a veces los presupuestos o las posibilidades de los actores implicados. El diapasón es amplio y puede moverse desde la capacitación, la adopción de principios ambientales, la utilización del arte, al diagnóstico ambiental, la detección de prioridades, de indicadores ambientales, la instrumentación de Agendas, las medidas a adoptar, etc. Esas y muchas más son formas de trabajar en el país por un imprescindible turismo sostenible.



Fuente: elaborado por la autora.

BIBLIOGRAFÍA

Agenda 21, (02-07-2017) en <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/>

Agenda 21, Tabla de contenidos (02-07-2017) en <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/agenda21toc.htm>

Agüero Prieto, Caridad; Mariana Crespo, Lourdes; Cossío González, Marta Elena; Matos Mosqueda, Luisa; “El diagnóstico ambiental en obras constructivas de cayo Cruz: premisa para implementar acciones de capacitación”, *Revista Monteverdia*, RNPS: 2189, ISSN: 2077-2890, 10(1), pp. 36-44, enero-julio 2017.

Cesar Moretti, Edvaldo; Salinas Chávez, Eduardo; Do Nascimento Ribeiro, Angelo F.; “El ecoturismo en áreas kársticas tropicales: Parque Nacional Sierra da Bodoquena, Mato Grosso Do Sul, Brasil y Parque Nacional Viñales, Pinar Del Rio, Cuba”, *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, ISSN: 2172-8690, Escuela Universitaria de Turismo, Universidad de Murcia, p. 82-104, nº 13 Enero-Junio de 2016.

CITMA, Plan del Sistema Nacional de Áreas Protegidas 2014-2020, La Habana, 2014.

Correa Escribano, Mayda; Hernández Companioni, José Carlos; Gallego Borrás, Ángel; “Consideraciones sobre el diseño de la cadena productiva local “Turismo de Naturaleza: Parque Nacional Turquino, Cuba””, *Revista Retos Turísticos*, Vol. 14 No. 1, 2015.

Cubadebate; “En Cuba, el crecimiento del turismo más allá de los datos”, publicado el 20 de diciembre de 2016, 02-07-2017, en <http://www.cuba.cu/turismo/2016-12-20/en-cuba-el-crecimiento-del-turismo-mas-alla-de-los-datos/34601>

Cubadebate; “Llegan cuatro millones de turistas a Cuba en 2016”, publicado el 31 de diciembre de 2016, 02-07-2017, en <http://www.cubadebate.cu/noticias/2016/12/31/llegan-cuatro-millones-de-turistas-a-cuba-en-2016/>

Feinberg, Richard E., Newfarmer, Richard S.; *Turismo en Cuba: En la ola hacia la prosperidad sostenible*, Latin America Initiative at Brookings, Kimberly Green Latin American and Caribbean Center, Washington, 2016.

Figueredo Cardona, Luz Margarita; “Prioridades para la conservación de la diversidad vegetal de las terrazas costeras de la Reserva de la Biosfera Baconao, Cuba”, *Revista Cubana de Ciencias Biológicas*, RNPS: 2362, ISSN: 2307-695X, VOL. 5, pp. 82-94, No. 1, Febrero-Septiembre 2016.

García Pulido, Yadrían Arnaldo; Alfonso Argüelles, Marinés; Cabrera Martínez, Alfredo; Alonso Elizondo, Pavel; “Gestión ambiental sostenible: Diagnóstico del impacto ambiental del turismo en el área protegida Península de Zapata”, *Revista Retos Turísticos*, RNPS: 0411, ISSN: 1681-97, Vol. 2 No. 3, 2014.

Ojeda Quintana, Lázaro Jesús; González Martínez, José Oriol; García Rodríguez, Anicel; "Turismo cultural de nuevo tipo para la gestión del desarrollo local del municipio de Cumanayagua, Cienfuegos, Cuba", *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/04/cumanayagua.html>. abril 2016.

ONU, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, División de Desarrollo Sostenible, Agenda 21, contenidos, en <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/index.htm> , 02-07-2017.

Pérez León, Víctor; Camargo Toribio, Isis; Caballero Fernández, Rafael; González Lozano, Mercedes; "Selección multicriterio de nuevos productos turísticos en Pinar del Río, Cuba", *Revista Investigación Operacional*, pp. 98-107, Vol. 2, No. 2, 2008.

Periódico El Guerrillero, "Turismo, el sector más dinámico de la economía cubana en 2016", de 5 de enero de 2017, en <http://www.guerrillero.cu/cuba/290-turismo-el-sector-mas-dinamico-de-la-economia-cubana-en-2016.html>, 02-07-2017.

Periódico Granma, "Cuba: proyectan crecimiento de turismo sostenible", Prensa Latina, de 19 de enero de 2017, en <http://www.granma.cu/mundo/2017-01-19/cuba-proyectan-crecimiento-de-turismo-sostenible-19-01-2017-00-01-51?page=2>, 02-07-2017.

Red Jurídica de la Unión Nacional de Juristas de Cuba La Habana, junio 19 de 2017.

Zamora Vega, Aracelys; Cuétara Sánchez, Leonardo; Quintana González, Mariledy; Pérez Hernández, Yunaidys; "Gestión ambiental sostenible: Agenda 21 Local para el desarrollo sostenible del destino turístico Varadero", *Retos Turísticos*, RNPS: 0411, ISSN: 1681-9713 (versión impresa) / RNPS: 2367, ISSN: 2224-7947 (versión en línea), Vol. 15, No. 1, enero-abril, 2016.

PRÁCTICAS COLABORATIVAS EN EL DOCUMENTAL COMO MEDIO PARA LA PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL¹

Anna Borisova²
 Universidad de Murcia
anna.borisova@um.es

Resumen

El presente estudio ofrece una aproximación al video documental colaborativo como agente de preservación del patrimonio cultural inmaterial. Las obras audiovisuales producidas de modo participativo dejan constancia de las expresiones efímeras de la cultura local entrelazadas en las historias de vida de sus protagonistas. Estas “huellas de cotidianeidad” del colectivo que conforma el foco de atención del filme se presentan como parte de su patrimonio intangible, cuya preservación pasa por la documentación necesaria de sus manifestaciones unida a su difusión. En este sentido, destacaríamos el potencial del documental interactivo y el denominado cine procesual como repositorios de la memoria colectiva, ya que sus métodos permiten alto grado de la implicación de la comunidad en el proceso de creación.

Palabras clave

Video documental, documental interactivo, cine procesual, prácticas colaborativas, patrimonio inmaterial.

1. Introducción

El presente estudio ofrece una aproximación al potencial del video documental producido de modo colaborativo como agente de preservación del patrimonio cultural inmaterial.

Hoy en día presenciamos una expansión del campo de las prácticas artísticas que tienden hacia la transdisciplinariedad e hibridación de los medios de expresión. Así, gran número de artistas se embarcan en la aventura de adentrarse en las áreas de la vida que tradicionalmente se encontraban fuera del ámbito artístico, como la educación, el desarrollo comunitario, la modelación de las arquitecturas urbanas, la mediación socio-cultural, etc. Al hilo de ello, algunos autores llegan a hablar de “giro social” (“social turn”) (Bishop, 2006) o “giro educativo” (Rogoff, 2011) en el arte contemporáneo.

De esta manera, las intervenciones artísticas se alejan cada vez más de la concepción individualista para asumir la autoría colectiva de la obra que se presenta como la huella de múltiples identidades capaz de reflejar los procesos de un mundo complejo y cambiante. A consecuencia, muchos artistas integran las metodologías colaborativas en su proceso creativo, conformando una red de trabajo que genera nuevos sentidos y conocimientos.

En estas condiciones, el vídeo se convierte en el medio predilecto para dejar constancia del curso de los acontecimientos en una obra colaborativa, donde el proceso prima ante el resultado final. Además, el desarrollo de las tecnologías de comunicación y la proliferación de los dispositivos que incorporan la cámara de video, abren todo un nuevo campo para la creación documental donde las personas lejanas al mundo del arte, pueden participar de manera directa en la producción de una obra videográfica. Hablamos de las prácticas

¹ Esta investigación fue financiada por el Ministerio de Economía y Competitividad en el marco de los proyectos I+D *Espacio público y tejido social: prácticas colaborativas y arte contemporáneo en tiempos de crisis económica* (referencia: HAR2015-66288-C4-4-P). Asimismo fue realizada bajo el amparo del contrato FPU del Plan Propio de la Universidad de Murcia.

² Investigadora predoctoral en el Departamento de Bellas Artes de la Universidad de Murcia, doctoranda en el programa Artes y humanidades: Bellas Artes, Literatura, Teología, Traducción e Interpretación y Lingüística General e Inglesa en la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad de Murcia. Graduada en Bellas Artes, Máster en Producción y Gestión Artística por la Universidad de Murcia.

colaborativas en el documental contemporáneo, destacando entre ellas el documental interactivo y el denominado cine procesual. Este tipo de obras, a menudo conforman una huella de la cotidianidad que de otra manera permanece invisible al ojo de un extraño. La intrusión de un agente externo puede trabar la expresión fluida de la intimidad y destruir la autenticidad del mensaje subyacente. Por lo contrario, en la confianza de una comunidad establecida, las expresiones lingüísticas, las historias y los festejos populares típicas del lugar, las memorias personales de sus habitantes y sus tareas y preocupaciones del día a día fluyen para construir un cuadro que deja entrever una particular concepción del mundo, una identidad cultural única e irrepetible. Estas expresiones se enmarcan dentro de la categoría efímera del patrimonio cultural inmaterial, cuya preservación pasa por la documentación necesaria de sus manifestaciones.

Por consiguiente, defendemos que el video documental colaborativo, sea cual sea la finalidad inicial u originaria del proyecto, crea un registro de las expresiones susceptibles de formar parte del patrimonio cultural inmaterial de la comunidad en cuyo seno se realiza. Para probar nuestra hipótesis primeramente, haremos una breve incursión en las teorías que tratan de definir el concepto de patrimonio inmaterial y, seguidamente, analizaremos una serie de obras de video documental que incluyen prácticas colaborativas como la metodología principal del proceso creativo, destacando en este sentido los proyectos *ARTXIVIO* de Fundación Assut e *Impresiones Intangibles* de la asociación *La Esfera Azul*.

2. Patrimonio inmaterial

El patrimonio inmaterial es un concepto cuya definición se constituyó a lo largo de las últimas cuatro-cinco décadas a través de varios documentos normativos creados a nivel internacional. Una de las primeras bases legales que postulaba su salvaguarda se refería a la protección del folclor (Aikawa, 2004). A su vez, en la Conferencia General de la UNESCO de 1989 se debatió la Recomendación sobre la Salvaguarda de Cultura Tradicional y Popular que en 1992 dio pie al desarrollo del programa de Patrimonio Cultural Intangible. Este último documento subrayaba la necesidad de reavivar las prácticas culturales y, de esta manera, asegurar su transmisión a través del tiempo (Villaseñor Alonso y Zolla Márquez, 2012). A finales de los 90 en el marco de un nuevo programa UNESCO amplió el sentido de la noción, incluyendo como patrimonio intangible las expresiones orales características de cada país. En 1999 se celebró la Conferencia internacional sobre el patrimonio inmaterial que puso en valor el rol de los practicantes de las expresiones culturales en su transmisión, cuestionando “la documentación y el registro” (Villaseñor Alonso y Zolla Márquez, p.77) como las únicas herramientas para su salvaguarda. Finalmente, en 2002 en la Reunión Internacional de Expertos de la UNESCO en Río de Janeiro y la Reunión de Expertos en Terminología la definición del término “patrimonio inmaterial” y las categorías relacionadas con él terminó de perfilarse. Así, nace la noción “portadores de cultura” para “designar a aquellos miembros de una comunidad que de manera activa reproducen, transmiten, transforman, crean y forman cultura” (Villaseñor Alonso y Zolla Márquez, p. 78).

De esta manera, la evolución del concepto “patrimonio inmaterial” nos lleva desde su percepción vinculada a la noción del folclor, hasta su posicionamiento como categoría flexible que hace referencia a las expresiones culturales de naturaleza frágil y efímera que determina las formas de su conservación. En este sentido, Javier Marco Arévalo propone siguiente definición:

El patrimonio inmaterial refleja la cultura viva, y entre otros referentes comprende las costumbres y tradiciones, las prácticas y hábitos sociales, las prácticas relativas a la naturaleza, la medicina tradicional, los rituales y las fiestas, los saberes, los conocimientos, las lenguas y las expresiones verbales, todos los géneros de la tradición oral, la música, el baile y la danza, las artes narrativas y del espectáculo, las cosmologías y los sistemas de conocimiento, las creencias, los valores, etc., que constituyen la expresión de la identidad de un pueblo o grupo étnico o social; en suma, sus formas vivas de vida (Arévalo, 2004, p. 931).

Este autor subraya la importancia de este patrimonio intangible para la construcción de la memoria colectiva de la comunidad y, a consecuencia, para la constitución de su identidad. En el contexto de la globalización se revela toda su vulnerabilidad ante “la imposición y estandarización de patrones y pautas culturales, la urbanización, la aculturación industrial, el

turismo, los avances tecnológicos y en la transformación acelerada de los modos tradicionales de vida” (Arévalo, 2004, p. 931). Por consiguiente, se evidencia la urgencia de salvaguardar el patrimonio inmaterial por medio de su documentación y su conservación en soportes adecuados, así como la revitalización de sus expresiones en la cultura local. En este sentido, Arévalo prioriza el registro audiovisual como el medio capaz de recoger la información más completa sobre un evento, conjugando elementos visuales y sonoros.

Aquí cabe mencionar que la comprensión de la influencia del formato de la documentación videográfica en el sentido y la autenticidad de las expresiones registradas sufrió notables cambios a través de los años. En un principio, el cine etnográfico (los años 70 del siglo XX) fue considerado como un modo idóneo para captar la esencia de la cultura ajena. Sin embargo, el proceso de la producción totalmente externo a la comunidad local característico de este tipo de audiovisual, a menudo da un enfoque paternalista a la obra. Un documental de este corte transmite un saber incompleto y fragmentado sobre los estilos de vida, fuertemente condicionado por la mentalidad de la cultura a la que pertenecen los realizadores. A consecuencia, surgen propuestas de las producciones audiovisuales en colaboración con las comunidades donde sus miembros juegan un papel determinante en la toma de las decisiones creativas.

Obviamente, el cine documental colaborativo no siempre tiene como objetivo registrar las expresiones que conforman el patrimonio intangible de un pueblo, pero éstas a menudo aparecen entretejidas en las historias que componen la obra.

3. Prácticas colaborativas en el documental como modo de salvaguardar el patrimonio inmaterial

Fogo process (1966-1969), un documental sobre la situación precaria de los habitantes de la isla de Fogo (Canadá), se considera el primer audiovisual participativo (Villanueva Baselga, 2015). Su director, Colin Low, desde el primer momento se propuso el reto de crear una obra en la que sus protagonistas “pudieran sentirse representados” (Villanueva Baselga, p. 117). Con este fin, buscó la colaboración de Fred Earle, el mediador social que trabajaba en la comunidad, para establecer el contacto con los isleños. Tras las primeras grabaciones, el equipo organizó una asamblea para visualizar y discutir las imágenes obtenidas. Como fruto de esta reunión surgió la idea de dar la oportunidad a los habitantes de la isla de crear su propia narrativa audiovisual sobre los temas importantes para ellos. Así, se fue perfilando la metodología participativa de la producción documental: un proceso de rodaje controlado por los miembros de la comunidad -aunque la filmación fue llevada a cabo por los especialistas en el campo-, la creación de “un circuito de retroalimentación en el que, a las grabaciones, les seguían debates que orientaban y definían las grabaciones siguientes” (Villanueva Baselga, p. 117) y el uso de un modelo de montaje vertical, sin apenas modificaciones en la fase de la edición del material grabado.

En el caso de *Fogo Process*, la denuncia social y el deseo de impulsar un cambio constituían la finalidad principal de la obra. Sin embargo, en el curso de la creación del documental se recogió la información sobre los modos de vivir, de expresarse, de percibir el mundo, de enfrentarse a las adversidades, de disfrutar de su entorno de las personas implicadas. Se tejió así el entramado de huidizo patrimonio inmaterial de la comunidad con la que se trabajaba en la producción documental.

El método de producción de una obra audiovisual participativa desarrollado por el equipo de Colin Low, se retomó y se perfeccionó en múltiples proyectos documentales posteriores. En este sentido, destacaríamos el documental *Burgundy voices* (2011) que refleja el día a día de una comunidad de Montreal (Canadá). Se trata de un barrio marginal, cuyos habitantes, en respuesta al aislamiento cultural debido al rechazo a su estilo de vida del resto de la ciudad, crearon una identidad colectiva potente y singular. Con el fin de denunciar la situación de exclusión en la que viven los habitantes de Burgundy se crea una pieza videográfica de autoría compartida entre los miembros de la comunidad.

Es importante entender que hoy en día el avance tecnológico en los equipos de grabación y en el campo de las comunicaciones hace que el proceso de la creación participativa sea más efectivo, abriendo posibilidades de mayor implicación de la comunidad. Así, los dispositivos que portan una cámara de video son cada vez más accesibles. En la misma medida, la información sobre el proceso de la grabación y el montaje está disponible en los múltiples tutoriales en la

red. Las plataformas informáticas que posibilitan la edición compartida de video en línea dan oportunidad de crear piezas videográficas a distancia. Aquí podemos hablar no sólo de la participación comunitaria, sino de las prácticas colaborativas, que suponen mayor nivel de implicación y responsabilidad del colectivo involucrado en la obra (Villanueva Baselga, 2015).

Así, estas nuevas posibilidades se exploran plenamente en los proyectos con gran más repercusión mediática, como *One day on Earth* o *#18DaysInEgypt*. Sin embargo, como afirma Sergio Villanueva Baselga (2015), la mayor parte de las piezas videográficas colaborativas “están relacionados con medios de comunicación alternativos y comunitarios vinculados al Tercer Sector Audiovisual, también denominados medios ciudadanos” (p.118) y, por tanto, no tienen demasiada difusión.

Otro ejemplo destacado de la producción video documental en colaboración constituye el denominado *cine procesual*, un concepto propuesto por el documentalista valenciano Miguel Ángel Baixauli. Se trata de un modo de hacer el cine que une los “los procesos fílmicos con otros procesos sociales y de conocimiento” (Baixauli, s. f.). De esta manera, tanto la producción del audiovisual como el resultado de la misma forma parte de un todo enfocado a la creación de relaciones entre los agentes que articulan el sentido de la obra: las imágenes, las personas involucradas, las fases de la creación, los dispositivos de la grabación, la edición y la difusión, unidos con el fin de impulsar el cambio social. Así, según Baixauli:

El cine procesual es un cine-escritura, un instrumento de conocimiento que investiga sobre los modos de transmisión audiovisual que es capaz de aportar el medio fílmico en procesos cognitivos diversos y transformaciones sociales en curso, actuando desde el interior de los mismos como un operador de problematizaciones, de puestas en cuestión y en común, de análisis y reflexión colectivas. (Baixauli, s. f.)

El cineasta subraya que en el cine procesual se convergen distintos campos de conocimiento, pero no por ello el video se presenta únicamente como una herramienta para el registro o la transmisión de información recabada en el curso del trabajo. Por lo contrario, la creación audiovisual se integra en los propios procesos de la generación del conocimiento, “componiéndose directamente con sus formas y procedimientos en tanto que dispositivo incorporado de escritura, de pensamiento y de expresión” (Baixauli, s. f.). A consecuencia, el cine procesual cuestiona el planteamiento convencional del filme, integrando en su producción múltiples procesos abiertos y experimentales, así como algunos elementos ajenos a la tradición cinematográfica.

El concepto del cine procesual, tal y como lo plantea Baixauli, se vincula a las nociones como “cine sin autor”, “cine colectivo”, “cine social” y “cine participativo”. Sin embargo, el cineasta remarca que, a diferencia de las categorías mencionadas, este término no hace referencia a la metodología de creación de la pieza videográfica. Ésta se deriva de la naturaleza de los procesos que se generan en el curso del proyecto, de las transformaciones que se pretenden y también de las que surgen espontáneamente. Por consiguiente, la esencia del cine procesual reside en su enfoque hacia el devenir de “una puesta en relación fílmica” (Baixauli, s. f.).

La obra audiovisual que mejor ilustra este nuevo paradigma del video documental es la serie *Esperant l'aigua* dirigida por Miguel Ángel Baixauli desde 2012. Forma parte de ARTXIVIO, la iniciativa impulsada por Fundación Assut que surge de la preocupación por conservar el patrimonio inmaterial de la comarca de L'Horta de Valencia. La descripción del proyecto disponible en su página web (Fundación Assut, Universidad Politécnica de Valencia y Laboratorio de creaciones intermedia, 2012) presenta como su principal objetivo la creación del “archivo vivo de la memoria” de los habitantes de estas tierras fértiles para poner en valor su cultura y sus conocimientos.

Según Julia Matos Astragano “la Fundación Assut cuenta con la participación y colaboración de un grupo multidisciplinar de la Universitat Politècnica de València en el que participan el Departamento de Ingeniería Rural, el Instituto Universitario de Restauración del Patrimonio y el Laboratorio de Creaciones Intermedia” (2015, p. 7).

En cuanto a los documentales que componen el proyecto, destaca la serie *Esperant l'aigua* (*Esperant l'aigua* (2012), *Aigua nova* (2015), *Hombres del marjal* (2017), etc.). En su producción se promueve la participación activa de la comunidad en todo el proceso creativo. A veces una idea previa, así como la necesidad de seguir ciertas convenciones del lenguaje audiovisual en la concepción de la pieza puede condicionar el resultado final de este tipo de trabajos. Sin embargo, según el estudio realizado por Matos Astorgano (2015), estos inconvenientes son resueltos en gran medida por el equipo organizador involucrando a los lugareños en cada fase del trabajo. En todo momento se respeta las indicaciones de los

miembros de la comunidad en cuanto al contenido grabado y el montaje de la pieza. Asimismo, se trata de una serie documental abierta, en constante proceso de desarrollo, lo que permite a los habitantes de la huerta plantear nuevos temas de interés y nuevos formatos de la documentación de los procesos que forman parte de su día a día.

En este sentido, en nuestra opinión, la parte más potente del proyecto *ARTXIVIU*, en cuanto a la documentación del patrimonio inmaterial se refiere, la componen los denominados *Archivos domésticos* (Fundación Assut, Universidad Politécnica de Valencia y Laboratorio de creaciones intermedia, 2016) que se enmarcan dentro del formato del documental interactivo. Se trata de un espacio on-line que permite a cualquier miembro de la comunidad que desee participar en esta iniciativa, subir material videográfico que refleja los recuerdos, las creencias, las historias populares de los habitantes mayores del lugar. En gran parte los archivos documentales recopilados hasta ahora se presentan en el formato de entrevista y ofrecen un material con remarcable valor patrimonial. La autenticidad del diálogo con los miembros de la comunidad con la que se trabaja en este proyecto se consigue gracias a la ausencia de los intermediarios. Todos los videos están realizados por los propios lugareños o los jóvenes miembros de sus familias que se manejan bien con el medio audiovisual. A consecuencia, las personas entrevistadas se muestran más abiertas en sus declaraciones, sus relatos no son forzados ya que tienen oportunidad de completar su narrativa sin prisas ni presiones que supondría la presencia de los desconocidos grabando. Aparecen los chistes, las fabulas populares, las historias que se transmiten de boca en boca, las referencias a los quehaceres diarios de la huerta, festividades tradicionales, etc. También aparecen los registros de las actividades cotidianas a las que no solemos darles la importancia que merecen como componentes del tejido de las tradiciones y saberes de un pueblo. De esta manera, se recoge el material que documenta el patrimonio inmaterial del pueblo que de lo contrario hubiera desaparecido.

Otro ejemplo del proyecto documental online, esta vez sin posibilidad de intervenir en él por parte del usuario, es *Impresiones Intangibles*. Se trata de un repositorio del patrimonio inmaterial, en concreto “las impresiones visuales, sonoras, degustativas y olfativas” (La Esfera Azul y Universidad Politécnica de Valencia, 2011) del Barrio Cabanyal de Valencia creado a lo largo de los últimos 6 años. Está relacionado con la iniciativa *Cabanyal Archivo Vivo* de la asociación *La Esfera Azul*, coordinado por Lupe Frigols, Emilio Martínez, Bia Santos, cuyo principal objetivo es:

[...] la puesta en valor, a través de las herramientas de la cultura, de los valores, la identidad, la memoria y el patrimonio del barrio del Cabanyal en Valencia, amenazado por los proyectos urbanísticos que pesan sobre él en la última década (La Esfera Azul, 2011).

A pesar de que tanto la grabación, como la edición de cada pieza audiovisual que compone *Impresiones Intangibles* están realizadas por los miembros del equipo creativo del proyecto, su contenido está basado en la investigación que el grupo llevó a cabo en colaboración con los vecinos del barrio durante los años de trabajo en el *Archivo Vivo* del Cabanyal. Por tanto, se trata de las impresiones de los propios habitantes del lugar, recogidas cuidadosamente y difundidas a través de un repositorio virtual para preservarlas y revalorizarlas. Además, la página web dispone de un mapa con opción de geolocalización de los lugares retratados en los videos, creando un recorrido virtual por los espacios importantes para los vecinos de Cabanyal. De esta manera, se permite una mayor difusión del patrimonio inmaterial registrado ofreciendo una experiencia interactiva para los visitantes de la página web.

Como hemos observado, en las producciones de video documental participativo el grado de la implicación de la comunidad varía de un caso a otro y es importante definir su papel en el proceso creativo. Para ello, Wight (2012) ofrece la siguiente categorización:

Los documentales indicativo-participativos son aquellos que son íntegramente producidos por una comunidad sin necesidad de ningún realizador profesional. En el otro extremo se encontrarían los documentales externo-participativos, en los cuales un realizador profesional facilita la producción e interviene en la toma de decisiones. Por último, y a caballo entre estos dos modelos, se encuentran los documentales reflexivo-participativos. En estos un realizador profesional se integra en la comunidad y participa como un miembro más incluyendo o no sus propias ideas (citado en Villanueva Baselga, 2015, p. 122).

En este sentido, los ejemplos recogidos en el presente estudio se enmarcan sobre todo en la categoría de documentales reflexivo-participativos, siendo *Archivos domésticos* de *ARTXIVIU*

el único proyecto que responde plenamente a la descripción de un audiovisual indicativo-participativo.

4. Conclusiones

Nos atrevemos a afirmar en base al análisis de los ejemplos presentados en nuestro ensayo, que cuanto mayor es la implicación de la comunidad en todas las fases del proceso, mejor se cumple el objetivo de crear un archivo de la memoria que refleje fielmente los modos de vida de un lugar concreto o, en definitiva, mayor autenticidad tendrá el registro del patrimonio inmaterial de la comunidad involucrada. Todos los video documentales participativos, por la naturaleza de su discurso fílmico, aportan algo a la salvaguarda de las expresiones culturales de carácter efímero, pero a mayor intromisión de las personas ajenas al colectivo cuya vida conforma el objeto de interés del filme, mayor es la posibilidad de que la información recogida sea distorsionada por los prejuicios ajenos o por el rechazo hacia la intrusión de los extraños en la privacidad de una comunidad.

Al hilo de ello, es importante destacar el potencial del documental interactivo o webdocumentales, como nuevo formato de creación colaborativa. Este tipo de producciones aumenta las posibilidades de recogida de información, ya que da oportunidad de contribuir a la producción del proyecto a través de la red. La narrativa, en este caso, a menudo se presenta fragmentada y proporciona mayor control al usuario en la construcción de la secuencia de reproducción y, por consiguiente, mayor libertad en su interpretación. Asimismo, la metodología usada en el proceso de creación de estas obras videográficas permite conservar intacto el mensaje original de cada pieza que compone un todo.

5. Bibliografía

- Aikawa, N. (2004). An historical overview of the preparation of the UNESCO International Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. *Museum International* 221-222, 56 (1-2), 137-149.
- Arévalo, J. M. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60(3), 925-956.
- Baixauli, M. Á. (s. f.). ¿Qué es el cine procesual? Recuperado de *Laboratorio de Luz* 10 de junio de 2017, a partir de <http://laboluz.webs.upv.es/que-es-el-cine-procesual/>
- Bishop, C. (2006). The social turn: collaboration and its discontent. *Artforum*, 44(6), 178-183.
- Fundación Assut, Universidad Politécnica de Valencia y Laboratorio de creaciones intermedia. (2016). *Archivos domésticos*. *Artxiviú*. Recuperado 10 de junio de 2017, a partir de <http://artxiviú.org/es/archivos-domesticos/>
- Fundación Assut, Universidad Politécnica de Valencia y Laboratorio de creaciones intermedia. (2012). *Artxiviú*. Recuperado 19 de mayo de 2017, a partir de <http://artxiviú.org/es/inicio/>
- La Esfera Azul. (2011). *Cabanyal Archivo Vivo*. Recuperado 19 de mayo de 2017, a partir de <http://www.cabanyalarchivovivo.es>
- La Esfera Azul y Universidad Politécnica de Valencia. (2011). *Impresiones intangibles. Documental online sobre el Patrimonio Intangible del Barrio del Cabanyal*. Recuperado 19 de mayo de 2017, a partir de http://lcp.pluton.cc/?page_id=80
- Matos Astorgano, J. (2015). El vídeo documental como herramienta para el cambio social. Análisis del discurso fílmico del proyecto ARTXIVIU de la Fundación Assut. *Cuadernos de investigación en proceso de desarrollo*, 16. Recuperado a partir de <https://riunet.upv.es/handle/10251/66542>
- Rogoff, I. (2011). El Giro. *Arte y Políticas de Identidad*, 4(0), 253-266.

- Villanueva Baselga, S. (2015). Prácticas colaborativas en el documental contemporáneo: propuesta de análisis y revisión del modo participativo en la Teoría del Documental. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 0(20), 116-123.
- Villaseñor Alonso, I., y Zolla Márquez, E. (2012). Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura y representaciones sociales*, 6(12), 78-101.
- Wight, J. (2012). *The participatory documentary CookBook: Communitary documentary using social media*. Melbourne: RMIT University Press.

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional
Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

EDUCACIÓN PATRIMONIAL INTEGRADORA: EL EJEMPLO DE AL-ANDALUS PARA POTENCIAR LOS VALORES DE UNA CIUDADANÍA INTERCULTURAL DESDE LA EDUCACIÓN PRIMARIA

Belén Calderón Roca.

Universidad de Córdoba.

Correo electrónico:

belencalderon@hotmail.com

Doctora en Historia del Arte con Mención Europea por la Universidad de Málaga (2010) y Máster en Restauración y Rehabilitación del Patrimonio por la Universidad de Alcalá (1999). Desde 2010 es profesora de la Universidad de Córdoba y actualmente también imparte docencia en la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla), orientando sus investigaciones hacia la metodología de estudio para la tutela de la ciudad histórica; comunicación, difusión y didáctica del patrimonio, turismo cultural, paisajes culturales, y sobre la vida y obra de Gustavo Giovannoni.

Ha sido becaria por el Ministerio de Asuntos Exteriores italiano, en la Università la Sapienza de Roma (2003-2004) y profesora invitada de la Università Roma Tre (2011-2015). Ha participado en diversos proyectos de investigación I+D+I, siendo el último: *Tradición e innovación. La recepción de los modelos italianos en la periferia mediterránea y su difusión. Andalucía durante la Edad Moderna* MINECO (HAR 2009-12905). También ha colaborado con la Junta de Andalucía (Delegación Provincial de Málaga 2007-2012) realizando la documentación técnica de diversos bienes culturales para su inscripción como BIC en el CGPHA.

Belén Belmonte Jiménez.

Universidad de Córdoba.

Correo electrónico: belenbj@hotmail.es

Graduada en Turismo por la Universidad de Córdoba (2015) y Máster en Administración y dirección de empresas hoteleras por la Escuela Superior de Hostelería-Universidad Pablo de Olavide (2016). Ha desarrollado su experiencia profesional como Subdirectora en RIU Hotels & Resorts en Montego Bay (Jamaica), además de realizar diferentes cursos de formación de posgrado y publicaciones en materia de turismo cultural.

Resumen: La ciudad y su patrimonio cultural pueden convertirse en un escenario con múltiples posibilidades pedagógicas para acciones educativas integradoras. La sociedad actual como protagonista de dicho escenario, se encuentra sometida a continuos procesos de transformación y a flujos permanentes de interculturalidad. Ello determina que se la identidad cultural únicamente se produzca cuando dicha sociedad sea capaz de asimilar y aprehender los valores de su tradición. Sin embargo, establecer un diálogo con la tradición cultural del medio urbano resulta complejo, ejercicio que no siempre se traduce en una atribución de valores, pues en ocasiones nos situamos en una posición de limitación interpretativa al tratar de esclarecer los códigos semánticos que el medio urbano encierra. A ello hay que añadir la inmigración como un fenómeno reciente que se fusiona indefectiblemente con nuestra cultura autóctona, determinando la evidente pluralidad cultural de la sociedad actual, que se refleja a su vez en las escuelas. Enseñar a elaborar conocimientos interculturales a partir de un

pensamiento tolerante con las diversas religiones, culturas y creencias que conviven en un mismo territorio, constituye uno de los principales objetivos de este trabajo. Éste se concreta en una propuesta didáctica: Proyecto Integra3[®], que parte de la ciudad de Córdoba y las tres culturas que coexistieron en Al-Andalus, y su extrapolación al presente.

Palabras clave: Patrimonio cultural, didáctica del patrimonio, ciudad, interculturalidad, Al-Andalus.

“Hoy más que nunca la ciudad, grande o pequeña, dispone de incontables posibilidades educadoras. De una forma u otra, contiene en sí misma elementos importantes para una formación integral” (*Carta de Ciudades Educadoras. Declaración de Barcelona, 1990*).

1. Acerca de una necesaria educación patrimonial integradora para formar a futuros ciudadanos.

Cuando hablamos de ciudadanía, obviamente hacemos una llamada obligada a la ciudad. El análisis de la realidad en que vivimos, es imprescindible para crear entornos de participación que conduzcan a valorar la ciudad que habitamos en toda su complejidad, es decir, que conduzcan a la construcción de dicha ciudadanía. El estudio de lo particular, de lo local, de la ciudad..., permite cimentar la interrelación de los ciudadanos con su entorno, porque la ciudad es un escenario de interrelaciones; el lugar donde nos sociabilizamos y aprendemos, continua y mutuamente de forma inconsciente e informal. Aunque esa forma de aprendizaje no siempre resulta suficiente.

En lo que respecta a este trabajo, el aprendizaje del patrimonio puede servir para asentar el concepto de ciudadanía y evitar la génesis de desigualdades sociales (Hernández, 2012: 64). El patrimonio constituye un emblema de identidad, pues participa de la constitución de las identidades humanas -a nivel individual y colectivo-, en tanto que se trata de un “vínculo atribuido por los sujetos que lo significan” (Gómez, 2012: 15), sujetos que, por otra parte, pertenecen a una misma comunidad y se consideran ciudadanos. Asimismo, la identidad cultural de una comunidad se reconoce en su territorio, definiéndose como el conjunto de recuerdos del pasado que permanecen presentes en la conciencia colectiva; un flujo permanente que abraza toda actividad social desde su inicial asentamiento, crecimiento, evolución y establecimiento en un determinado contexto o ambiente, reflejándose en las creaciones culturales en las que la sociedad trata de reconocerse.

Las sociedades construyen su memoria de manera conjunta, por lo tanto debemos descifrar cómo los individuos crean discursos memorísticos e identidades, tratando de decodificar la pluralidad de los mismos (Vicent, Ibáñez, Gillate y Fontal, 2012: 545). Queremos decir con esto que las personas construyen información acerca de su entorno, la reelaboran, la

codifican y la asimilan en relación a otra información que reciben por diversos cauces - procedentes de contextos intelectuales o vivenciales- (Hernández, 2004: 35-49). Así pues, es precisa una descodificación, puesto que nuestro modo de ver y percibir no es ciertamente objetivo, ya que los condicionamientos de nuestra herencia cultural, las propias sugerencias del individuo, el gusto personal o la predisposición de ánimo con que ejercemos la recepción, se configuran como agentes responsables directos del impacto que provocan en nosotros los mensajes recibidos. Estas circunstancias nos obligan a percibir las emociones que genera el patrimonio polarizando nuestra sensibilidad e inundándola de imágenes. En efecto, la identidad cultural de una comunidad se funda necesariamente sobre significados, comportamientos y actitudes comunes ante vivencias semejantes en las que los actores-espectadores de dicha comunidad se ven envueltos o afectados, y va nutriéndose progresivamente de recuerdos que la propia comunidad va incorporando paulatinamente a su propia memoria. Sin embargo, nuestra confianza en la exactitud de los hechos puede basarse no sólo en nuestros recuerdos o impresiones, sino también en las aportaciones ofrecidas por los demás, que irán generando, modificando o rectificando nuestra imagen (Halbwachs, 2004: 25-26). Ello nos remite ineludiblemente a la filosofía del conocimiento de Maurice Halbwachs, para quien la memoria nace indefectiblemente de una construcción social, y justamente, la sociedad actúa como agente contextualizador y espejo de dicha memoria (Calderón, 2010). Pues bien, memoria personal y memoria colectiva son manifestaciones de un mismo fenómeno social, de un idéntico lenguaje colectivo y de un sistema de convenciones, reglas y determinantes culturales propios. Por lo que la exclusión de aquellos individuos no considerados ciudadanos, es decir, que no forman parte de la comunidad asimilada, puede desembocar en el rechazo social: “la desigualdad y la exclusión están presentes en las sociedades actuales y que el modelo tradicional de ciudadanía no es capaz de abordar, sino más bien de perpetuar” (Hernández, 2012: 65-66).

Vehiculando nuestro discurso con la didáctica del patrimonio, ésta ocupa un lugar estratégico entre la educación, la comunicación y la enseñanza, apareciendo como una ciencia aplicada al estudio de los procesos de enseñanza-aprendizaje “de cualquier contenido a cualquier sujeto mediante diversos tipos de recursos o medios”. El proceso para sistematizar y dotar de entidad propia la investigación en didáctica de las Ciencias Sociales fue iniciado por el profesor Prats a finales de los años 90. Éste concibió la didáctica del Patrimonio como un pilar fundamental de dicha disciplina, con amplias posibilidades educativas y funciones de tipo social e ideológico, por ejemplo en lo que respecta a la tolerancia de las diversas formas de vida, sociedades y culturas, la génesis del pensamiento histórico o la formación de la sensibilidad estética y por extensión, la conservación del legado artístico y cultural (Ortuño, Molina, Sánchez y Gómez, 2012). Así, la didáctica específica del Patrimonio Cultural puede ser considerada un instrumento eficaz para enseñar y para aprender contenidos relacionados con las Ciencias Sociales, utilizando los elementos patrimoniales para favorecer el aprendizaje de cuestiones sobre el propio entorno y construir el conocimiento social (González, 2008): “El espacio tiene materializados en sí mismo los resultados de las vidas que allí existen y, por lo tanto, un espacio ‘apropiado’ es un territorio que incorpora un poder que le es dado por las características de vida de las personas que lo ocupan” (Schlindwein y Copetti, 2012: 374). De

este modo, la didáctica específica del Patrimonio podrá facilitar un aprendizaje significativo que sirva para averiguar la repercusión que el pasado (plasmado en las manifestaciones del patrimonio cultural) ha tenido en nuestro presente, así como la trascendencia de nuestras acciones sobre éste en el futuro: “partir de lo conocido y cercano, dirigiéndose, paso a paso, hacia la comprensión de un mundo globalizado” (Vicent, Ibáñez, Gillate y Fontal, 2012: 547).

Pero retomando la cuestión de la mirada, su efecto en nuestra valoración del patrimonio cultural puede ser consecuencia del modo de mirar que ejercemos, haciendo uso de las herramientas habituales que conocemos y de las que se disponemos. Pero, ¿sería ésta una mirada lógica? Lógica sí en cuanto razonable, como consecuencia natural de una usanza (Calderón, 2010). No obstante, no se trataría de un aprendizaje con razonamiento dialéctico, si previamente no ha existido un canal relacional intelectualizado, es decir, “acercarse a un contexto patrimonial supone una posición y actitud relativa del individuo para con el entorno [...]” (Hernández, 2004: 35-49), que es preciso construir a través de un prisma educativo: “al hablar de educación patrimonial no hablamos de dar a conocer objetos herméticos, desvinculados, rígidos y atemporales que imponen códigos propios de comunicación, sino que hablamos de personas que se entienden y relacionan gracias a los significados y actitudes que giran en torno al objeto patrimonial” (Hernández, 2004: 35-49). Con todo, debemos propiciar la construcción de ciudadanos participativos y la participación implica *ser parte de* la comunidad, es decir, desarrollando un sentimiento de pertenencia a ésta; al mismo tiempo implica *tener parte* en la comunidad o igualdad de acceso a la misma, para finalmente *tomar parte en* ella, o dicho de otro modo, “contribuir a la construcción de lo común de forma activa” (Mata, 2009: 34).

En este sentido, la didáctica del patrimonio, como ámbito específico de investigación con entidad propia a nivel universitario, funciona como un nexo intencional intelectualizado, entre el patrimonio cultural y los individuos, facilitando experiencias de aprendizaje, formal e informal, que permitan el conocimiento de los bienes patrimoniales, así como la implicación de los individuos con su entorno, favoreciendo acciones de conservación y preservación (Calderón, 2015). Al respecto, como docentes debemos procurar mecanismos para innovar en las prácticas comunicativas del patrimonio, propiciando el diálogo entre éste y los individuos, y de este modo incrementar su valor didáctico y educativo: “El patrimonio cultural es un elemento que permite comprender que el presente se ha configurado a través del tiempo, a partir de las decisiones que las personas han ido tomando a cada momento (...) ‘el pasado que tenemos presente’” (Pagès, y Pons, 1986). Un pasado construido por los ciudadanos de otrora, atesorando unos valores que generan identidad cultural, y por tanto hay que tratar de transmitir, porque en definitiva, se trata de un legado, aunque para su aceptación es necesario que exista la voluntad de heredar (González, 2007). Así pues, la ciudadanía puede considerarse una forma colectiva de pertenencia e implicación con una sociedad que trae consigo unos bienes heredados. Una sociedad adscrita a un entorno concreto que, indefectiblemente, debemos conocer como ciudadanos, así como a dicha herencia, para que no sea dilapidada. Resulta pues, imprescindible, que el educador conozca los recursos, materiales y lenguajes que le serán útiles para la comunicación y la enseñanza de los valores culturales de dicho entorno. Asimismo, debemos partir de la base de que al elaborar un programa didáctico inauguramos un

proceso de selección, un proceso que es en primera y última instancia un acto interpretativo. Por ello, elegimos el recurso patrimonial en función de sus valores y significados, vinculando su presencia material a una serie de sensaciones, impresiones, emociones, etc., que pretendemos se generen en el espectador a través de la experiencia didáctica y fomenten su fruición crítica y reflexiva, y ello exige una labor previa de interpretación.

Si trasladamos el debate de la educación patrimonial a los niveles iniciales del ámbito educativo formal, debemos tener en cuenta que, además de anecdótica, la presencia actual del patrimonio cultural en el currículo educativo constituye un claro ejemplo de potencialidad didáctica desperdiciada para aproximarse al pasado de un modo crítico. La *Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa* (LOMCE) no potencia demasiado el análisis y el juicio crítico de los estudiantes, relegando la herencia cultural a una posición complementaria y prescindible que trata el patrimonio a modo de “barniz culturalista meramente ilustrativo de las grandezas artísticas del pasado español” (De los Reyes y Méndez 2015: 125). En efecto, la LOMCE ha retrocedido a fórmulas didácticas excesivamente conservadoras a nivel ideológico e historiográfico (López Facal, 2014), cuyo resultado se traduce en una geografía descriptiva tradicional, un relato histórico nacional de España eminentemente clásico y un simple barniz cultural de la historia del arte (De los Reyes y Méndez 2015: 131-132). De hecho, el patrimonio no aparece mencionado en la legislación dentro de los objetivos generales de la Educación Primaria, si bien “la puesta en valor de la diversidad cultural” se considera uno de los aspectos más significativos de la educación patrimonial. Conocer el patrimonio cultural y saberlo transmitir a los alumnos de una forma correcta, puede auxiliarles en la comprensión “del medio donde viven y actuar críticamente sobre él. Aprender a mirar, a formular preguntas, a relacionar objetos con los contextos socioculturales y cronológicos” de realidad que les rodea (De los Reyes y Méndez 2015: 133-134). Se trata de un espacio de interconexión con significados poliédricos y gran valor simbólico, que reproduce el sistema cultural autóctono y está enormemente caracterizado por lo abstracto de su cognición (Gómez, 2012:16 y 19). Ello requiere por tanto, un aprendizaje específico por parte del educador para generar una narración comprensible para el alumnado. Empero, en la transmisión de contenidos se sigue optando por el libro de texto como recurso didáctico generalizado, a pesar de que la diversidad cultural y étnica es prácticamente obviada. Hoy en día esta circunstancia se reviste de suma importancia porque vivimos en una sociedad globalizada, culturalmente plural y compleja. Por lo tanto, la inmersión en la interculturalidad desde edades tempranas, posibilitará la comprensión racional de un pasado que tiene mucho peso en el presente, a través de la construcción de puentes cognoscitivos que favorecerán la aprehensión de nuestra herencia cultural y estimularán las actitudes de sensibilidad, racionalidad y tolerancia. Es necesario pues: “favorecer la creación de espacios temporales donde el alumnado pueda conocer y entender el presente, descubrir y reconstruir el pasado, y pensar y proyectar el futuro mediante el análisis de la acción individual y colectiva de los humanos; situar, interpretar y valorar diversos acontecimientos situados en escalas temporales distintas así como desentrañar las claves de las relaciones entre los humanos y su entorno” (Grau, 2016:59).

2. El proyecto integra-3©: Una propuesta de educación patrimonial integradora en primaria.

2.1. Génesis del Proyecto.

El núcleo de esta comunicación parte de los principales resultados de un Trabajo Fin de Grado de Turismo, defendido en la Universidad de Córdoba por Belén Belmonte en el curso 2014-2015, obteniendo la calificación de Sobresaliente. Este proyecto concibió una estrategia didáctica para mostrar a los niños que una convivencia pacífica es posible a pesar de las diferencias culturales que puedan existir en una comunidad, tratando de favorecer la integración ciudadana y el respeto intercultural a través del ingenio y el entretenimiento. A partir del conocimiento de las raíces históricas y culturales de su propia ciudad, Córdoba, se persigue una llamada de atención y una participación activa de los ciudadanos escolares (nativos o no) en aras de fomentar la tolerancia, la convivencia pacífica y el respeto hacia el patrimonio cultural heterogéneo de carácter material e inmaterial. La propuesta se inicia con el conocimiento de la historia de Al-Andalus en Córdoba, incidiendo en la convivencia pacífica de las tres culturas que habitaron la localidad durante dicho período: judía, islámica y cristiana, para *a posteriori*, trasladar su repercusión histórica a la escuela y extrapolarlo a la situación actual de interculturalidad escolar. El nombre de *Integra-3 ©* deriva de la integración de esas tres culturas y se plantea como metáfora del deseo de integrar a los componentes de la sociedad actual pluricultural.

Entre los principios esenciales vigentes de la LOE¹, podemos encontrar la incentivación de “La transmisión y puesta en práctica de valores que favorezcan la libertad personal, la responsabilidad, la ciudadanía democrática, la solidaridad, la tolerancia, la igualdad, el respeto y la justicia, así como que ayuden a superar cualquier tipo de discriminación”². El acoso escolar también conocido como *bullying*, encuentra cobijo en un amplio abanico de tesituras, y en el marco de la globalización y la posmodernidad donde imperan las redes sociales y las relaciones virtuales, su incorrecta utilización se convierte en un arma para la práctica del hostigamiento a aquellos considerados “diferentes”. El motivo que conduce al niño a desempeñar este hábito, suele ir de la mano de una baja autoestima y una ausencia de valores. Y en este punto de la mediana infancia es cuando precisamente, la persona necesita forjar su identidad, es decir, saberse individuo distinto a los demás pero conociendo y admitiendo las virtudes y los defectos que lo definen, en el seno de su propia sociedad, enormemente heterogénea a nivel cultural. Una buena autoestima en esta etapa es fundamental para construir relaciones sociales saludables, ya que el respeto por uno mismo generará seguridad personal y facilitará un vínculo respetuoso con sus iguales, sin sentimientos de inferioridad o superioridad. Considerando este principio esencial contenido en la ley como génesis de nuestra idea, creamos principal propuesta educativa, consistente en una visita turística a la ciudad combinada con una actividad didáctica en el aula, pretendiendo con ello hacer partícipes a los niños del valor cultural del patrimonio que contemplarán en su localidad,

¹ Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

² LOE, Capítulo 1: Principios y fines de la educación, Art. 1.c.

y además, iniciarles en la práctica de un pensamiento tolerante y crítico, necesario para forjar los futuros ciudadanos del mañana. Durante el proceso de elaboración del trabajo fue de suma utilidad el trato directo con docentes y trabajadores de centros escolares y ONGs, que nos permitieron conocer el estado de la cuestión de los centros y barrios más conflictivos de la ciudad, así como el contexto sociocultural donde sería más útil desarrollar nuestra actividad.

2.2. La dimensión espiritual del hombre como valor para construir la ciudadanía.

La espiritualidad es connatural al ser humano. Se trata de una dimensión constitutiva que necesita ser satisfecha para que la persona pueda desarrollarse de una manera armónica. Esta necesidad de sentido, de búsqueda de “algo más”, se cubre a menudo, participando de las religiones tradicionales; en otros casos se acude a nuevas prácticas religiosas o meditativas; en otras ocasiones, se busca satisfacción en el arte y el sentido estético. Podemos concluir que, en el ámbito educativo, la promoción y el desarrollo de la espiritualidad tiene como objetivo último la educación integral de niños y jóvenes. Es necesario, por tanto, poner en valor programas que fomenten la maduración progresiva de los aspectos relacionados con la dimensión espiritual de la persona, en vistas a su desarrollo armónico y a la construcción de una sociedad que se apoye en valores como el respeto y la tolerancia. En su preámbulo, la LOE promovía: “proporcionar a los jóvenes una educación completa, que abarque los conocimientos y las competencias básicas que resultan necesarias en la sociedad actual, que les permita desarrollar los valores que sustentan la práctica de la ciudadanía democrática, la vida en común y la cohesión social, que estimule en ellos y ellas el deseo de seguir aprendiendo y la capacidad de aprender por sí mismos”. Por otra parte, la LOMCE (legislación actual) establece en el punto XIV de su preámbulo: “uno de los principios en los que se inspira el Sistema Educativo Español es la transmisión y puesta en práctica de valores que favorezcan la libertad personal, la responsabilidad, la ciudadanía democrática, la solidaridad, la tolerancia, la igualdad, el respeto y la justicia, así como que ayuden a superar cualquier tipo de discriminación”. Por otra parte, esta ley considera esencial la educación para una ciudadanía adquiriendo competencias sociales y cívicas: “se aborda esta necesidad de forma transversal al incorporar la educación cívica y constitucional a todas las asignaturas durante la educación básica, de forma que la adquisición de competencias sociales y cívicas se incluya en la dinámica cotidiana de los procesos de enseñanza y aprendizaje”.

En otro orden de cosas y atendiendo a un punto de vista sociológico, la espiritualidad se encuentra íntimamente marcada por la religión: “la religión es un hecho social [...] presente en todas las sociedades. Consiste en una actitud y una práctica de religación con algo sagrado, tremendo y fascinante desde un punto de vista fenomenológico. La religión implica la construcción de símbolos que la identifican y al mismo tiempo, algunos elementos y funciones religiosas pueden ayudarnos a comprender sociológicamente un determinado hecho social. De hecho, existen funciones sociales que sólo son ejercidas por la religión: legitimaciones últimas, devoción y respeto absoluto, respuesta a problemas últimos de sentido, movilización para causas que pueden exigir la entrega de la vida, cohesión social y auto-comprensión desde una realidad intocable e incuestionable” (Salvador, 2006: 723). Al respecto, la ciudad funciona como espejo de la representatividad de un determinado territorio, y para facilitar su comprensión

debemos conocer la dimensión que adquieren los lugares sagrados en algunas sociedades donde la religión, eje preceptor a partir del cual se materializa gran parte de la historia a través de la arquitectura, impregnaba profundamente la vida de los individuos y continúan provocando la motivación colectiva de los sujetos (Calderón, 2007: 86). Históricamente, el discurso religioso ha servido como elemento de cohesión, para justificar ideologías, propagar sistemas de pensamiento y legitimar formas culturales de ejercitación del poder, provocando a menudo la confrontación y el enfrentamiento de sociedades pertenecientes a religiones dispares. Pero en la actualidad, nuestras sociedades se ven afectadas por el fenómeno de la posmodernidad (Jaime, 2001), cuyo acontecimiento histórico destacado fue la caída del muro de Berlín en 1989, símbolo el inicio de la posmodernidad. Su demolición manifiesta la caída metafórica de otros muros que afectan a la integridad del ser como ciudadano: carencia de ideales que aglutinen a la colectividad, diferencias sociales, ausencia de valores... Este proceso hace imposible hablar de una ética fundada en unos valores compartidos ampliamente. En la posmodernidad se habla de una “ética débil”, una ética indolora, que no exige sacrificios, y que proporciona placer y en la que se han abolido las diferencias entre lo verdadero y lo falso, lo real y lo ficticio. La consecuencia es la aparición de un “sujeto débil” en un mundo globalizado, a merced de la publicidad y el consumo, amenazado por la sociedad de masas, sin referencias culturales sólidas y sin posibilidad de recurrir a valores a los que afianzarse (Belmonte, 2015). La religión se convierte así, en una de las estructuras más vulnerables, pues las religiones tradicionales, con sus contenidos y sus normas éticas se están derrumbando, mientras asistimos a la proliferación de nuevos movimientos pseudo-religiosos, a menudo sectarios, que se están alimentando de la necesidad de encontrar sentido vital a la existencia, y de la coyuntura de los referentes caídos tras la aparición de la posmodernidad.

2.3. El ejemplo de Al-Andalus para construir una ciudadanía intercultural a través del proyecto integra-3 ©.

Nuestra propuesta se englobaría dentro del área de Ciencias Sociales en el currículo del 3º Ciclo de Educación Primaria (quinto curso), es decir, destinada a niños de edades comprendidas entre los 9 y 10 años. Hemos de tener en cuenta que sexto curso es esencialmente complejo, puesto que el grueso de esfuerzos de los profesores estarán encaminados a gestionar contenidos de cara a la preparación de la reválida, según lo establecido en la LOMCE. La actividad comenzará en el aula, siendo complementada posteriormente, con la realización de un itinerario cultural de carácter lúdico por diferentes lugares emblemáticos de la urbe cordobesa. En primer lugar y tras una presentación y primera toma de contacto, se tratará de explicar a los niños el concepto de *tolerancia*. Puesto que aún son de corta edad, se les transmitirán algunas nociones de respeto, reconduciendo la exposición hasta el término “tolerancia”. Para ello se partirá de la frase: “Respeto es aceptar y apreciar las cualidades el prójimo, además de reconocer los derechos de uno mismo y de los demás”³.

³ <http://www.cicloescolar.com/2012/08/valores-humanos-definicion-para-ninos.html> (Fecha de consulta: diciembre de 2016)

Continuaremos la exposición mediante una **presentación de diapositivas en Powerpoint [fig. 1]**, cuyo objetivo es acercar a los alumnos a la Córdoba Andalusí, en la que convivieron en paz las tres culturas, germen de la nuestra actual. Presentaremos a los protagonistas de cada una de las tres culturas: Rodrigo, Abdul y Gaspar, de origen cristiano, musulmán y hebreo, respectivamente. Estos personajes actuarán como “guías históricos”, explicando la simbología propia de cada cultura y de cada religión, así como las situaciones cotidianas que experimentaban en convivencia. De este modo se pretende captar la atención de los niños e implicarlos durante la exposición, hablando de situaciones cotidianas de convivencia pacífica dadas en la Córdoba hispanomusulmana.

Finalizada la presentación continuaremos con una práctica de aprendizaje cooperativo: el **Folio giratorio [fig. 2]**. En una situación cooperativa, los alumnos se reunirán en grupos reducidos (4-5 alumnos) y trabajarán juntos, colaborando en cada tarea en aras de lograr un fin común. Con ello se implementa su propio aprendizaje y el de los demás (Johnson, Johnson y Holubec, 1999: 5). El objetivo del folio giratorio es que los alumnos realicen una lluvia de ideas escrita por turnos, entre los miembros de un mismo equipo de trabajo. Así pues, tras haber dividido al total de los alumnos en cuatro grupos (uno por cada lado rojo de un folio DIN A3) plantearemos la pregunta: ¿Qué hace una persona tolerante? A continuación, por turnos, cada integrante deberá escribir en su margen del papel correspondiente, un pensamiento sobre acciones o rasgos de personas que se rigen por la tolerancia. Una vez que cada miembro haya participado, se concederá un tiempo para que toda la clase seleccione las respuestas más relevantes, que serán comunicadas al educador a través de un portavoz, con la finalidad de aunarlas en un **Decálogo [fig. 3]**. El destino de dicho decálogo será ser colocado en un lugar visible del colegio en forma de mural, para que los alumnos de todos los cursos se impregnen del trabajo de sus compañeros de quinto.

Posteriormente, se dividirán a los alumnos en tres grupos (cristianos, judíos y musulmanes) mediante sorteo e independientemente de su ideología o práctica religiosa, para realizar una **manualidad** según pertenezcan al grupo correspondiente, consistente en fabricar un rosario en el primer caso, una mano de Fátima en el segundo y una estrella de David en el último. El tiempo estimado para la sesión en el aula será de 85 minutos. Puesto que, actualmente, las clases de cada materia constan de 45 minutos, con la hora de Ciencias Sociales y el esfuerzo por parte del centro de autorizarnos a continuar en la hora siguiente, la actividad didáctica sería efectuada en un tiempo no demasiado extenso. Los materiales necesarios para elaborar el **Rosario [fig. 4]** del grupo cristiano serán: lana, tijeras, cartulina marrón, regla y lápiz. Bastará realizar pequeños nudos en la lana, que simbolicen los 5 misterios con sus Ave María. Y en la cartulina se dibujará una cruz latina de dimensiones proporcionadas, que recortarán y engazarán al hilo de lana. Los componentes del grupo judío deberán realizar la **Estrella de David [fig. 5]** con los siguientes materiales: cartulina, hilo, tijeras, regla y lápiz y rotulador negro. En esta ocasión, los niños deberán dibujar con la ayuda de una plantilla proporcionada por el educador, la silueta de la estrella de seis puntas. Colorearán su contorno y la recortarán engarzándola -al igual que la cruz en el rosario- a un trozo de hilo. En tercer lugar, el grupo de musulmanes elaborará una **Mano de Fátima [fig. 6]**. Este símbolo denominado *Hamnsa* (خمسسة), significa cinco y representa la mano de Dios,

constituye un claro ejemplo de interculturalidad, pues también es compartido por los judíos sefardíes. Se trata de una mano geométrica en cuya palma suele albergar un círculo que se relaciona con el ojo que todo lo ve. Los materiales necesarios serán: cartulina, hilo, tijeras, lápiz y rotulador, pegamento y purpurina. Con la ayuda de una plantilla, dibujarán la silueta de esta mano en una cartulina engrosando su contorno para diferenciarla notablemente. Tras recortarla podrán decorar el ojo de la palma con purpurina para exaltar la raíz oriental, que finalizarán incorporando el hilo que les permitirá colgar dicho amuleto al cuello.

Fuera del aula nos trasladaremos al espacio urbano, a la calle. Se guiará al grupo por la ciudad de Córdoba a través de un itinerario acorde con los contenidos del currículo, en el que visitarán un punto confesional de cada una de las tres culturas, portando consigo cada grupo el colgante elaborado. Comenzando por la Sinagoga en memoria de la cultura judía, hasta llegar a la Mezquita-Catedral como máxima expresión conjunta de la religión musulmana y cristiana, los alumnos podrán conocer el origen y evolución de dichos lugares, hasta convertirse en un fuerte polo de atracción turística actual. Para finalizar, el grupo realizará la última tarea propuesta en cada emplazamiento, un concurso que tratará de poner en práctica lo aprendido, procurando ser lo más tolerantes posibles. Para lograrlo, se dividirán a los alumnos en grupos con equidad, debiendo asumir roles de cristianos, judíos y musulmanes por igual. El propósito será acertar una serie de preguntas planteadas por el educador (previamente preparadas) optando a la medalla de oro, plata o bronce *Integra-3* como recompensa para el grupo ganador.

3. Cómo insertar *Integra-3* en el currículo de Educación Primaria.

Como hemos puesto de manifiesto en líneas precedentes, esta propuesta didáctica *Integra-3* está pensada para integrarse dentro de los contenidos del 3º Ciclo de Educación Primaria, en el contexto de las asignaturas **Ciencias Sociales**: Bloque 3: “Vivir en sociedad” (abordando parcialmente el punto 3.1. a través de *Principales manifestaciones culturales de España y populares de la cultura*), y el Bloque 4: “Las Huellas del Tiempo” (*La convivencia de las tres culturas: musulmana, judía y cristiana*). Del mismo modo, encontraría correspondencia con los contenidos transversales de la asignatura **Valores sociales y cívicos**: Bloque 1: “La identidad y la dignidad de la persona”, Bloque 2: “La comprensión y el respeto en las relaciones interpersonales” y Bloque 3: “La convivencia y los valores”.

Tal y como establece el Anexo I de LOMCE, para la Asignatura Troncal **Ciencias Sociales**, es objetivo de esta etapa es aprender a vivir en sociedad, conociendo los mecanismos fundamentales de la democracia y respetando las reglas de la vida colectiva. Aprender Ciencias Sociales significa asimilar y demostrar actitudes de respeto por los derechos humanos básicos y la igualdad, aceptando las diferencias existentes entre los sistemas de valores de las distintas religiones o grupos étnicos. Asimismo, resulta una manifestación de los valores compartidos por una misma comunidad (solidaridad, tolerancia, igualdad, respeto o justicia), que la harán garante de su cohesión y permanencia. Pero asimismo, la ley propicia un aprendizaje integral y dinámico basado en competencias que deberá caracterizarse por la transversalidad: “El proceso de enseñanza-aprendizaje competencial debe abordarse desde todas las áreas de conocimiento, y por parte de las diversas instancias que conforman la comunidad educativa, tanto en los ámbitos formales como

en los no formales e informales; su dinamismo se refleja en que las competencias no se adquieren en un determinado momento y permanecen inalterables, sino que implican un proceso de desarrollo mediante el cual los individuos van adquiriendo mayores niveles de desempeño en el uso de las mismas”⁴. Dentro de los bloques temáticos antes mencionados, resulta especialmente relacionado con nuestra actividad el *Bloque 3. Vivir en sociedad*. En él se estudian las características de los distintos grupos sociales, respetando y valorando sus diferencias, la organización social, política y territorial o la población, entre otras materias. Asimismo, el conocimiento del medio *in situ* mediante la visita a lugares con valores patrimoniales puede facilitar dicho contacto y estimular la asimilación de conceptos más fácilmente. Por otra parte, el *Bloque 4. Las huellas del tiempo*, favorece la comprensión del tiempo histórico, así como la capacidad de interpretar y ordenar temporalmente acontecimientos y protagonistas de la Historia, además de incidir en la construcción histórica, social y cultural de Andalucía, promoviendo actitudes de respeto y valoración de los aspectos comunes y la riqueza de la diversidad.

Al hilo de lo anteriormente expuesto, el *Decreto 97/2015, de 3 de marzo, por el que se establece la ordenación y el currículo de la Educación Primaria en la Comunidad Autónoma de Andalucía*, determina que “las Ciencias sociales se complementarán con el área de Educación para la ciudadanía y los derechos humanos y asentarán las bases de una futura ciudadanía mundial, solidaria, curiosa e informada, participativa y democrática”. El carácter global del área de Ciencias sociales contribuye en gran medida a la adquisición de algunas de las competencias claves del currículo de Educación Primaria⁵, puesto que la materia contribuye a la comprensión de la realidad social en la que vive el alumnado, así como de la diversidad existente en ella. Por otra parte, se inicia al alumnado en la comprensión de los cambios históricos acaecidos, proporcionando pautas para aproximarse a las raíces históricas de las sociedades actuales. Con respecto a las *competencias sociales y cívicas*, el área de CC. SS. contribuye a la comprensión de la realidad social en la que vive el alumnado, concediendo importancia al aprendizaje de destrezas sociales y actitudes para la participación y la convivencia ciudadana. Por una parte, desde el ámbito de las relaciones próximas (familia, amigos o compañeros), que requieren favorecer la toma de conciencia personal de emociones y sentimientos, además de propiciar actitudes de comunicación, diálogo y resolución de conflictos con asertividad. Y por otra, haciéndolo extensible al contexto del barrio, el municipio, la comunidad, el estado, la Unión Europea... Por último, contribuye a la *Competencia conciencia y expresiones culturales* mediante el conocimiento de las manifestaciones culturales y el reconocimiento de aquellas más significativas que forman parte del patrimonio.

En lo que respecta a Asignaturas Específicas como **Valores Sociales y Cívicos**, esta actividad potenciaría las relaciones interpersonales necesarias para fortalecer la convivencia de acuerdo a valores cívicos socialmente reconocidos, estimulando actitudes de dignidad personal, empatía, respeto y tolerancia, así como disposición para resolver conflictos de forma reflexiva. Asimismo, reforzaría su preparación para actuar como futuros ciudadanos

⁴ Real Decreto 126/2014, de 28 de febrero, por el que se establece el currículo básico de la Educación Primaria.

⁵ Real Decreto 126/2014, de 28 de febrero, art. 2.2.

participativos adaptados al trabajo cooperativo, e implicados en la mejora de la cohesión, la defensa y el desarrollo de sociedades democráticas cada vez más diversificadas. Resulta imprescindible partir del entorno próximo de los alumnos para construir valores, referidos a los ámbitos de la convivencia y la vida social, que en gran medida están relacionados con sus propias necesidades, demandas y problemas. Desde esta área se favorecerá la adquisición de las *competencias sociales y cívicas* de un modo directo, incentivando el desarrollo de habilidades que aceptan los conflictos de valores e intereses como parte de la convivencia, pero proporcionándoles las herramientas necesarias para resolverlos con actitud constructiva, emitiendo juicios críticos y tomando decisiones autónomas. En este sentido resulta esencial que sean capaces de expresar las propias ideas y escuchar las ajenas, aprendiendo de los errores y asumiendo riesgos, lo que incrementará el umbral de tolerancia al fracaso. Por último, la *Competencia para la Conciencia y expresiones culturales* podrá alcanzarse desarrollando la capacidad de elección con criterio propio en el marco de proyectos individuales o colectivos, forjando las aptitudes para el aprecio y reconocimiento de lo artístico.

4. Integra-3 ©: De la educación formal a la no formal.

Llegados a este punto nos planteamos ¿qué posibilidades podemos encontrar en la aplicación de Integra-3© a la actividad turística? Las fracturas que se pueden producir entre los ciudadanos y las tradiciones de su entorno, derivadas de una incorrecta comprensión de éste, se traducen en desvinculación, ausencia del sentimiento de identidad e incapacidad para atribuir valores y ello se transmite inexorablemente al forastero que visita un determinado lugar. Las nuevas sociedades generan nuevas necesidades educativas y resulta crucial que los más jóvenes puedan construir conocimientos veraces cimentados en el respeto hacia otras sociedades, tomando la ciudad como lugar de encuentro de saberes cotidianos.

Con la educación patrimonial dentro del aula estamos tratando con un público cautivo, cuya principal motivación es acreditarse mediante un diploma, en un ambiente formal y durante períodos predefinidos. Por el contrario, la educación patrimonial fuera del aula se dirige a un público libre, es decir, decide por sí mismo que quiere aprender. Normalmente este aprendizaje se realiza en contextos no académicos y caracterizados por ambientes informales, distendidos y no sujetos a períodos concretos, pues este tipo de formación puede ser indefinida y permanentemente actualizable. Transformar un recurso patrimonial en un producto turístico cultural requiere utilizar herramientas adecuadas para despertar el interés del público visitante, transformando mensajes complejos en significados sencillos sin perder el rigor científico ni la fidelidad con la historia. En síntesis, se trata de desarrollar un programa interpretativo o “proceso de comunicación diseñado para revelar al público significados e interrelaciones de nuestro Patrimonio natural y cultural, a través de su participación en experiencias de primera mano con objeto, artefacto, paisaje o sitio” (Peart, 1977: 44). Y en este sentido, las experiencias vividas por los niños que se forman en nuestras aulas, de nuestros “futuros ciudadanos” resulta esencial. Conocer cómo se concibe, asimila y aprehenden las civilizaciones pretéritas en el siglo XXI, en el mismo contexto territorial donde se generaron, concediendo protagonismo a personajes históricos y a monumentos locales, servirá para fomentar el conocimiento y el reconocimiento del pasado inmediato relacionándolo con el

presente, valiéndonos por ejemplo, de actividades que incluyan dramatizaciones y objetos manipulables.

Para ello es necesario reclamarle al patrimonio la expresión del pasado que representa, la historia de la mentalidad que lo concibió, del ambiente espiritual de su época o de la sociedad que lo gestó, es decir, su esencia. En la actualidad es cada vez mayor el número de inmigrantes que residen en nuestro país y ello se traslada a las escuelas. Del mismo modo, estas culturas foráneas se maclan con lo autóctono y generan nuevos cuadros patrimoniales, lo que implica que debemos familiarizarnos con su presencia para promover actitudes tolerantes, que generen sentimientos identitarios adecuados a la realidad social actual. Aprender a valorar el legado cultural en el presente supone un ejercicio de identificación de la tradición, un acercamiento a los modos de vida y manifestaciones culturales precedentes. De este modo, estaremos formando a futuros ciudadanos que podrán re-construir el pasado, o dicho de otro modo, construirlo de nuevo sobre una específica y fundamental base: averiguar en qué modo resulta funcional para su presente. Ello favorecerá su capacitación como ciudadanos para construir conocimientos de forma crítica, así como para aprehender, interpretar y disfrutar de su propia herencia cultural, así como para transmitirla al turista, dándole un sentido contemporáneo. La construcción de dicho conocimiento se trasladará a la actividad turística, pues permitirá emprender experiencias que resulten satisfactorias y que estén basadas en la veracidad del patrimonio, no en mensajes sesgados que aporten significados incompletos. Se precisa pues, una metodología específica de cognición y un comportamiento reflexivo con el patrimonio cultural que aúne tradición e integración de otras culturas.

5. Algunas conclusiones.

La democracia está directamente relacionada con la educación, pues no existe posibilidad de elegir de forma responsable sin una instrucción previa. Por otra parte, el patrimonio sirve de nexo entre los miembros de una comunidad para reafirmar su condición de ciudadano en toda su amplitud, así como su sentimiento identitario, además de para aceptar y respetar la diversidad cultural. Resulta imprescindible rescatar la idea de construir una ciudadanía comprometida y crítica que ejerza en igualdad, y hemos visto en líneas precedentes que para ello, el patrimonio cultural constituye un recurso de sumo valor para entender el pasado extrapolándolo al presente. La edad temprana resulta el momento idóneo para transmitir a los más pequeños la trascendencia de la tolerancia, pues cualquier elemento diferenciador puede convertirse en motivo para que un niño sea víctima de rechazo por parte de sus compañeros. Por ello, la finalidad esencial de la educación en estos niveles es el desarrollo integral de la persona y por ello es imprescindible incidir desde la acción educativa en la adopción de las actitudes y los valores que, a partir del respeto al pluralismo, la libertad, la justicia, la igualdad y la responsabilidad, contribuyan a crear una sociedad más desarrollada y justa.

Los contenidos curriculares de la educación formal son difíciles de conectar con la vida real, pero una educación patrimonial integradora, extensible del aula a la calle, permitirá formar a individuos autónomos con capacidad para analizar racionalmente diversas situaciones sociales donde el legado cultural está presente, estableciendo comparaciones entre aspectos culturales

y políticos, geográficos, económicos, religiosos..., en definitiva entre pasado y presente, desarrollando su capacidad de elección de forma crítica y autónoma.

6. Referencias bibliográficas.

Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE) (BOE, 4 mayo de 2006).

Ley Orgánica 8/2013 de 9 de diciembre para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE), (BOE, 10 de diciembre de 2013).

Real Decreto 126/2014, de 28 de febrero, por el que se establece el currículo básico de la Educación Primaria (BOE, 1 de marzo de 2014)

-Belmonte Jiménez, B.: *Un modelo de integración cultural y turística: De Al-Andalus al siglo XXI a través del proyecto Integra-3 para escolares* (Trabajo Fin de Grado), Grado de Turismo de la Universidad de Córdoba, curso 2014-2015.

-Calderón Roca, B. (2007): Más allá del patrimonio arquitectónico: La ciudad histórica como imagen simbólica de una identidad cultural en construcción. En *Isla de Arriarán*, XXIXI, junio 2007, (pp. 81-98).

Calderón Roca, B. (2010): "Roma, archipiélago de la memoria. La ciudad del Duce entre mito, proyecto y realidad", en *Boletín de Arte* nº 30-31, (pp. 367-384).

Calderón Roca, B. (2015): *La Didáctica de Patrimonio Cultural y la actividad turística: Material docente*, Universidad de Córdoba.

-Calvo Buezas, T. (1989). *Los Racistas son los otros: gitanos, minorías y Derechos Humanos en los textos escolares*. Madrid: Popular.

-Claudino, S. (2015): "Construir un curriculum con las personas, los derechos y los lugares olvidados. Retos para las Ciencias Sociales en el siglo XXI". En Hernández Carretero, A. M^a, García Ruiz, C. R. y De la Montaña Conchiña, J. L. [eds.]: *Una enseñanza de las Ciencias Sociales para el futuro: recursos para trabajar la invisibilidad de personas, lugares y temática*, (pp. 49- 66). Cáceres: Universidad de Extremadura, Asociación Universitaria del Profesorado de Didáctica de las Ciencias Sociales.

-De los Reyes Leoz, J. L. y Méndez Andrés, R. (2016): La función educativa de las ciencias sociales en la LOMCE. El ejemplo de la educación patrimonial en la enseñanza primaria. En *Revista Educación, Política y Sociedad*, nº 1, 2, julio-diciembre, (pp. 125-144).

-Delval, Juan. (2012): Ciudadanía y escuela. EL aprendizaje de la participación. En Alba Fernández, N., García Pérez, F.F. y Santisteban Fernández, A.: *Educación para la participación ciudadana en la enseñanza de las Ciencias Sociales*. Volumen I, (pp. 37-46). Asociación Universitaria de Profesorado de Didáctica de las Ciencias Sociales, Díada: Sevilla.

-Dewey, J. (2008): *El arte como experiencia*. Madrid: Paidós.

-Escribano-Miralles, A. y Molina, S. (2015): La presencia de la historia del arte en el nuevo currículo de educación primaria. En *Iber, Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*, 79, (pp. 15-24).

-Fontal Merillas, O. [coord.] (2013): *La educación patrimonial: del patrimonio a las personas*. Gijón: Trea.

-Gómez Redondo, C. (2014): Patrimonio e identidad: La educación patrimonial como vínculo entre individuo y entorno. En *Comunicaciones del I Congreso Internacional de Educación*

Patrimonial. Mirando a Europa: estado de la cuestión y perspectivas de futuro (Madrid, 15-18 de octubre de 2012), (pp. 15-22). Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

-González Monfort, N.(2007): *L'ús didàctic i el valor educatiu del patrimoni cultural*. Bellaterra, Barcelona: UAB (Tesi Doctoral-UAB) [<http://www.tdx.cat/TDX-1203107-152459>]

- González Monfort, N. (2008): Una investigación cualitativa y etnográfica sobre el valor educativo y el uso didáctico del patrimonio cultural. En *Enseñanza de las ciencias sociales: revista de investigación*, nº 7, pp. 23-36.

-Grau Ferrer, V. (2016): El valor de la alteridad: enseñanza-aprendizaje a partir de realidades problemáticas temporales. En García Ruiz, C. R., Arroyo Doreste, A. y Andreu Mediero, B. [eds.]: *Deconstruir la alteridad desde la didáctica de las Ciencias Sociales: Educar para una ciudadanía global*, (pp. 58-66). Madrid: Universidad de Las Palmas, Asociación Universitaria del Profesorado de Didáctica de las Ciencias Sociales.

-Guichot-Reina, V. (2002): Identidad, Ciudadanía y Educación: del Multiculturalismo a la Interculturalidad. En *Cuestiones pedagógicas: Revista de Ciencias de la educación*, 16 (pp. 25-44). Sevilla: Universidad de Sevilla.

-Halbwachs, M. (2004): *La memoria colectiva*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, pp. 25-26.

-Hernández, F. (2004): Didáctica e interpretación del patrimonio. En Calaf, R. y Fontal, O. (coords.): *Comunicación educativa del patrimonio: referentes, modelos y ejemplos*. (pp. 35-49). Gijón: Trea.

-Hernández Sánchez, C. (2012): Ciudadanía, diversidad y participación. Educar para la participación desde la diversidad. En Alba Fernández, N., García Pérez, F.F. y Santisteban Fernández, A.: *Educar para la participación ciudadana en la enseñanza de las Ciencias Sociales*. Volumen I, (pp. 63-71). Asociación Universitaria de Profesorado de Didáctica de las Ciencias Sociales, Díada: Sevilla.

-Jaime Graza, M. S. (2001): *Ética y posmodernidad*, México: UANL.

Johnson, D. W., Johnson, R. T. y Holubec, E. J. (1999): *El aprendizaje cooperativo en el aula*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.

-Jové, G., Farrero, M.,Bonastra, Q. y Llonch, N. (2014): Derivas rizomáticas entre la historia, el patrimonio y el espacio urbano. Una experiencia didáctica en el grado de educación primaria. En *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. XVIII, núm. 496 (01), 1 de diciembre de 2014. [Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/nova.htm> Consulta: 10-12-16].

-López Facal, R. (2014): La LOMCE y la competencia histórica. *Ayer*, 94, pp. 273-285.

-Mata Benito, P. (2009). Ciudadanía y participación democrática. Sobre las condiciones de posibilidad de una sociedad intercultural. En: Aguado, T. y Del Olmo, M. (Coords.). *Educación Intercultural. Perspectivas y propuestas*. Madrid: Ramón Areces, pp. 31-46.

-Ortuño Molina, J., Molina Puche, S., Sánchez Ibáñez, R., Gómez Carrasco, C. J. (2012): El patrimonio en la escuela. La contribución del área de Didáctica de las Ciencias Sociales en España. En *I Congreso Internacional de Educación Patrimonial: La Educación Patrimonial en España y Europa*, pp. 94-103 [<http://ipce.mcu.es/pdfs/CEPLinea1.pdf>].

- Pagès, J. y Pons, M. (1986): El passat que tenim present: Solsona i el Solsonès. En D.A. *Jornades d'Experiències Didàctiques: Ciències Socials al Cicle Superior* (pp. 109-123). Bellaterra: ICE-Universitat Autònoma de Barcelona.
- Pages, J. y Santisteban, A. (2011): *Les qüestions socialment vives i l'ensenyament de les ciències socials*. Bellaterra: Servei de Publicacions Universitat Autònoma de Barcelona.
- Parra, D.; Colomer, J. C. y Sáiz, J. (2015): Las finalidades socioeducativas de las ciencias sociales en el marco de la LOMCE. En *Iber, Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*, 79, (pp. 8-14).
- Peart, B.: *Definition of Interpretation*, Paper at: Association of Interpreters Naturalists Workshop, Texas A & M University, 1977.
- Salvador, G. [ed.] (2006): *Diccionario de sociología*, Madrid: Alianza Editorial.
- Schlindwein Zeni, B. y Copetti Callai, H. (2012): La fuerza del lugar como requisito para la participación ciudadana. En Fernández, N., García Pérez, F.F. y Santisteban Fernández, A.: *Educación para la participación ciudadana en la enseñanza de las Ciencias Sociales*. Volumen I, (pp. 373-380). Asociación Universitaria de Profesorado de Didáctica de las Ciencias Sociales, Díada: Sevilla
- Vicent, N., Ibáñez, A., Gillate, I. y Fontal, O. (2012): Educación para la participación ciudadana en el ámbito de la educación patrimonial. El caso del País Vasco. En Fernández, N., García Pérez, F.F. y Santisteban Fernández, A.: *Educación para la participación ciudadana en la enseñanza de las Ciencias Sociales*. Volumen I (pp.543-550). Asociación Universitaria de Profesorado de Didáctica de las Ciencias Sociales, Díada: Sevilla.
- Yuste Munté, M. y Oller Freixa, M. (2015): ¿Cómo podemos visibilizar a las minorías étnicas y culturales en las clases de primaria? Líneas predominantes y propuestas alternativas. En Hernández Carretero, A. M^a, García Ruiz, C. R. y De la Montaña Conchiña, J. L. [eds.] (2015): *Una enseñanza de las Ciencias Sociales para el futuro: recursos para trabajar la invisibilidad de personas, lugares y temáticas*, (pp. 345-352). Cáceres: Universidad de Extremadura, Asociación Universitaria del Profesorado de Didáctica de las Ciencias Sociales.

7. Ilustraciones.



Fig. 1.: Actividad introductoria. Ejemplo de diapositivas incluidas en la presentación de powerpoint.

- Fuente: **Diapositiva 1:** Elaboración por Belén Belmonte a través de imágenes de un tercero elaboradas expresamente para este proyecto, 2015.
- Fuente: **Diapositiva 2:** Elaboración por Belén Belmonte utilizando (a la derecha), imagen de Averroes en fresco de la basílica Santa Maria Novella de Florencia (Italia), siendo su autor Andrea di Bonaiuto; y (a la izquierda) imagen de Maimonides de autor desconocido, 2015.
- Fuente: **Diapositiva 3 y 4:** Elaboración propia de Belén Belmonte, 2015.



Fig. 2. (imagen izquierda): **Actividad de aprendizaje cooperativo:** Diseño de prototipo del "Folio giratorio". Fuente: Elaboración propia de Belén Belmonte, 2015.

Fig. 3. (imagen derecha): Diseño de prototipo del "Decálogo" resultante de la **actividad de aprendizaje cooperativo**. Fuente: Elaboración propia de Belén Belmonte, 2015.

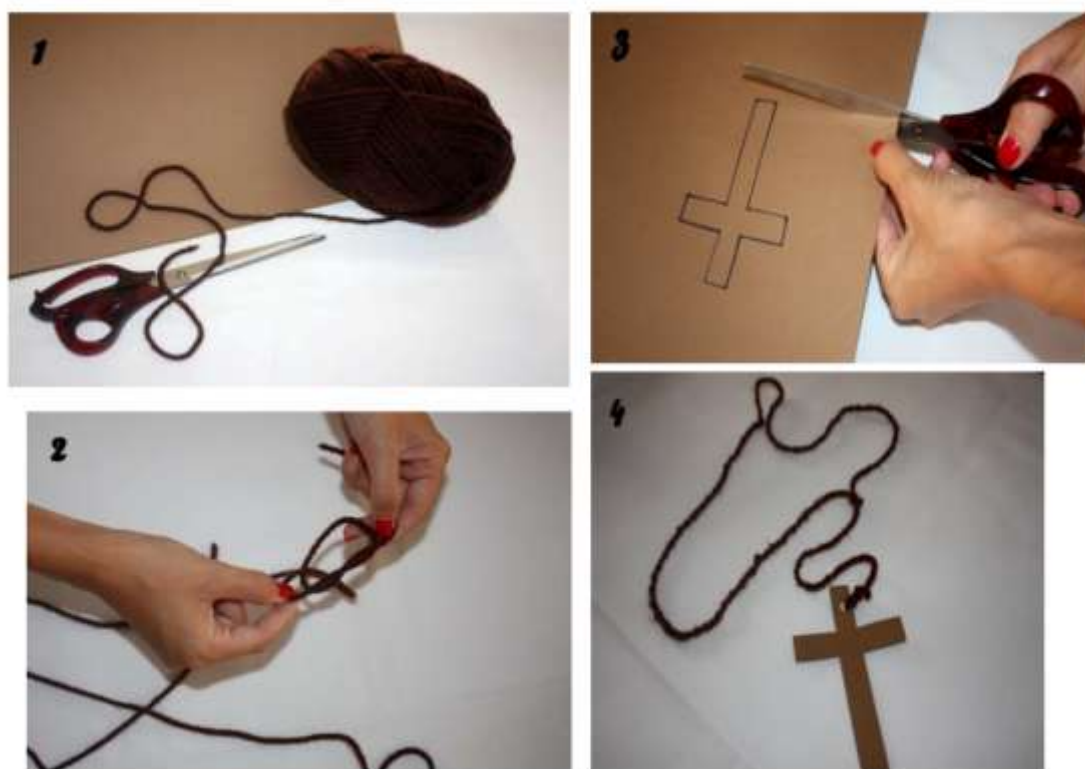


Fig. 4. Actividad de manualidades: Diseño y elaboración del Rosario. Fuente: Elaboración propia de Belén Belmonte, 2015.

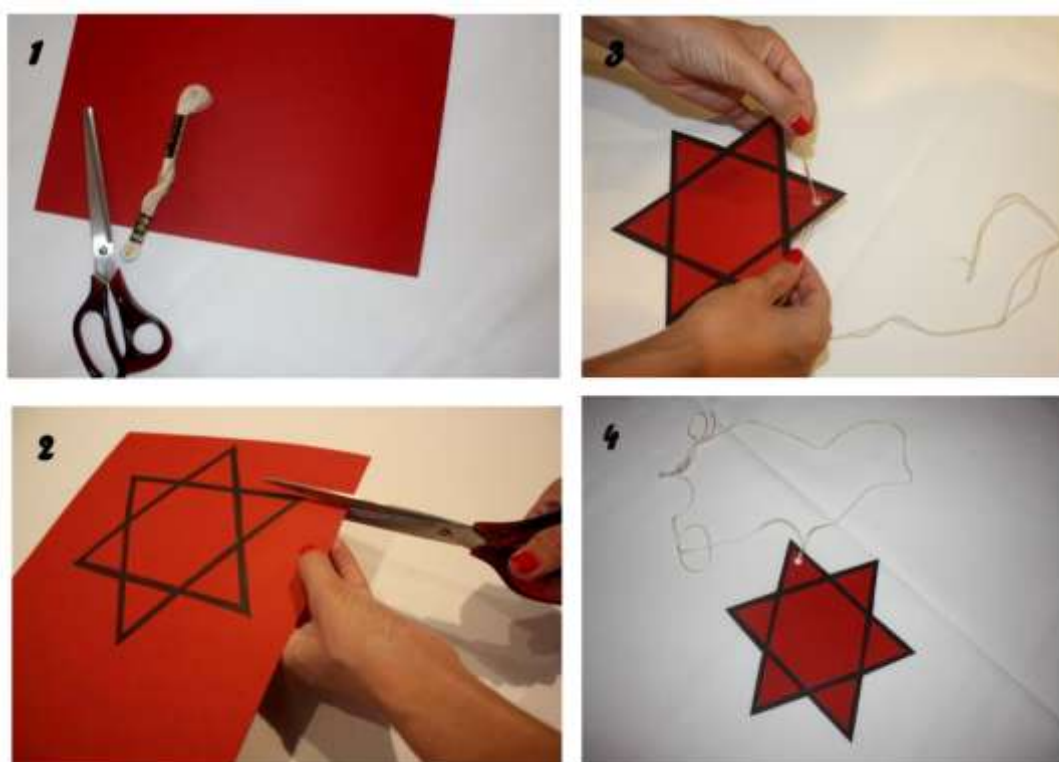


Fig. 5. Actividad de manualidades: Diseño y elaboración de la Estrella de David. Elaboración propia de Belén Belmonte, 2015.

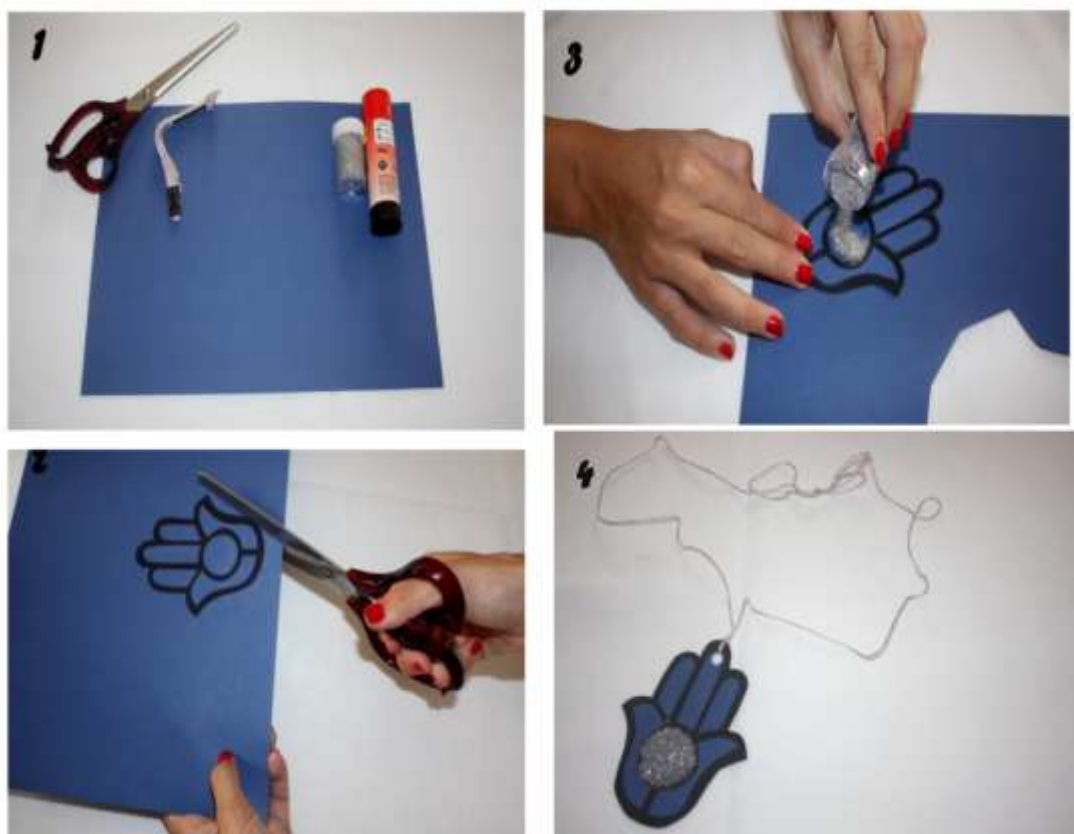


Fig. 6. Actividad de manualidades: Diseño y elaboración de la Mano de Fátima. Elaboración propia de Belén Belmonte, 2015.

(Julio 2017)

EL PATRIMONIO INMUEBLE DEL CANTÓN MACHALA, ECUADOR

Dr. José M. Castellano Gil (PhD)

Profesor Titular y Coordinador de Investigación
Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE)
jose.castellano@unae.edu.ec

Ángel Bolívar Fajardo Pucha

Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE)
Ayudante de Investigación
abfajardo@unae.edu.ec

Resumen:

El principal objeto de esta aportación se centra en analizar el estado actual del patrimonio de los Bienes Inmuebles del cantón Machala, cabecera provincia El Oro (Ecuador), que han sido declarados por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural de Ecuador. Asimismo se pretende contribuir a su difusión con la finalidad de favorecer un acercamiento, un (re)conocimiento y una (re)valoración social hacia los mismos y estimular una política de preservación y conservación, al tiempo que pueda activarse como un recurso cultural que impulse un desarrollo local en el municipio.

Palabras claves: Patrimonio, Bienes Inmuebles, Machala.
architecture, Machala

Keywords: heritage,

1.- INTRODUCCIÓN

El Patrimonio Cultural, referente identitario que se trasmite a través de diversas manifestaciones, contiene y representa un fragmento de la cosmovisión del mundo de una colectividad. Por tanto, un testimonio que por su significación y valor debe ser protegido y conservado. Bajo ese marco y con la misión de investigar, conservar, preservar, exhibir y promocionar el Patrimonio Cultural Nacional nació, en 1978, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) de Ecuador. Sin embargo fue a partir del robo de la Custodia de Riobamba cuando el Gobierno ecuatoriano reactiva e impulsa -a través de la Declaratoria de la Emergencia del Sector del Patrimonio Cultural en diciembre de 2007- toda una política de protección con la finalidad de cambiar una realidad caracterizada en aquel entonces “por la destrucción y saqueo de los yacimientos arqueológicos, robos en iglesias y museos, pérdida del patrimonio documental y bibliográfico, sustitución y alteraciones de la herencia arquitectónica, desapropiación y deformación de los valores culturales inmateriales”¹.

El INPC de Ecuador, siguiendo el modelo aceptado por la comunidad internacional, articula sus bienes patrimoniales en cinco áreas especializadas: Cultura Inmaterial, Bienes Documentales, Bienes Arqueológicos, Bienes Muebles y Bienes Inmuebles. Y con respecto a este último, los Bienes Culturales Inmuebles, eje central de esta publicación, vienen definidos por el propio Instituto como aquellos que “están constituidos por obras o producciones humanas, que no pueden ser trasladadas de un

¹ WOOLFSON TOUMA, Olga: "Una oportunidad para la afirmación de lo que somos". En *Guías de bienes culturales del Ecuador. El Oro*. Ed. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Quito, 2010. pág. 13.

lugar a otro y que encierran características y valores particulares a través de los cuales es posible interpretar las formas de pensar, de ser y de hacer de las sociedades a lo largo del tiempo. En esta categoría se ubican los pueblos y ciudades, parques, plazas, caminos, vías y puentes y las arquitecturas: civil, religiosa, militar, monumental, moderna y vernácula; los cementerios, haciendas y molinos, que provienen de diversos momentos de la historia, desde la época colonial hasta nuestros días y que desde sus características estéticas, tecnológicas, constructivas, de autenticidad, valoración social y testimonial, constituyen los conjuntos y paisajes construidos”².

El principal objetivo de este artículo es contribuir a la difusión de este subgénero patrimonial en el cantón Machala y, por ello, las páginas que siguen están dedicadas exclusivamente a presentar el conjunto de Bienes Inmuebles registrado por el INPC correspondiente a esta cabecera provincial de El Oro con la finalidad de favorecer un acercamiento, un (re)conocimiento y una (re)valoración social hacia los mismos. Pues, resulta evidente lo que no se conoce, no se aprecia, y, por tanto, tampoco se valora, ni se conserva.

Los Bienes Inmuebles del cantón Machala están integrados por 55 viviendas, 2 colegios (Escuela Luz América y el Jardín Héroes del 41); 2 iglesias (la de Puerto Bolívar y El Cambio); 5 monumentos escultóricos (Bolívar Madero Vargas, Enrique Castro Aguilar, Simón Bolívar, Manuel Serrano, Héctor Cordovez), el edificio del Cuerpo de Bomberos, un vagón de locomotora y el Paseo cultural Diego Minuche. Cada uno de estos elementos contiene parte de la esencia y de la memoria de un pueblo, como es Machala, que se ha forjado asimismo, en el permanente contacto con el exterior y en la diversidad.

2.- BOSQUEJO HISTÓRICO DEL PATRIMONIO INMUEBLE DE MACHALA

Realizar un estudio sobre las obras arquitectónicas vernáculas o tradicionales en Machala resulta una tarea harto difícil y complicada, pues a la inexistencia de documentación primaria³ se une los escasos estudios especializados sobre esta materia⁴. Para intentar superar estas carencias sería de gran interés la adopción de medidas de fomento y apoyo, en primer lugar, al mundo de la archivística⁵ y, en segundo lugar, a los procesos de investigación en esa parcela del conocimiento. Y en este sentido proponemos que las instituciones públicas (Municipalidad, Gobierno Provincial y la Dirección Provincial del Ministerio de Cultura y Patrimonio) en colaboración con la Universidad Técnica de Machala definan líneas de actuación que doten de medios necesarios a los centros documentales para su organización, inventarización y catalogación y que se contemple, además, la creación de un Premio de Investigación anual que potencie los estudios sobre el Patrimonio Cultural en la Provincia de El Oro.

² <http://www.inpc.gob.ec/direcciones-regionales/quito-r1-y-r2>

³ La Municipalidad de Machala (tanto el Archivo Municipal como la Dirección de Planeamiento y Urbanismo) carece de documentación disponible sobre estos bienes inmuebles.

⁴ En este aspecto de la arquitectura tradicional en particular, así como en otros elementos generales de la cultura popular de El Oro, hay que destacar el interesante trabajo de campo y aportación realizada por Marcelo Naranjo como coordinador de la obra *La cultura popular en Ecuador. El Oro. Tomo XVI*. Ed. Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP). Cuenca, 2009. Asimismo es de obligada lectura la amplia e interesantísima producción del antropólogo Rodrigo Murillo Carrión sobre los elementos culturales e identitarios en la Provincia de El Oro.

⁵ CASTELLANO GIL, José M.: “El Patrimonio Documental de Machala: un llamamiento a su conservación”. En revista *La Esquina y la Orilla*. Ed. Casa de la Cultura Núcleo de El Oro. Junio, 2014.

3.- ARQUITECTURA VERNÁCULA-TRADICIONAL

El concepto de arquitectura vernácula surge por primera vez en Inglaterra a finales de la década de los treinta del siglo XIX, aunque no sería hasta mitad del siglo XX cuando comienza a adquirir una progresiva aceptación general hasta el punto que su protección y conservación se ha convertido actualmente en un asunto de primer orden, vinculado a la recuperación de las raíces culturales, y que, además, ha llevado a la Unesco a plantearse la incorporación tecnológica empleada en estas edificaciones como un elemento del patrimonio inmaterial.

La arquitectura vernácula comprende aquellas construcciones realizadas a través del conocimiento empírico popular, que es transmitido de una generación a otra, y en cuyo proceso no intervienen especialistas o técnico alguno, es decir, se trata de una "arquitectura sin arquitectos" como muy bien ha definido Bernard Rudofsky. Ese conocimiento, basado en la experiencia de la sabiduría popular, se traduce en diversas aplicaciones, como es el caso de la orientación de la vivienda, los sistemas naturales de ventilación, la obtención de un correcto balanceo de temperatura, la armonía con el medioambiente, etc. Evidentemente estos recursos sufren adaptaciones en relación a las características culturales, históricas, geográficas, medioambientales propias de cada comunidad o región y se plasma en una variedad de tipologías originales y propias. Así la provincia de El Oro presenta un claro panorama diferenciador constructivo entre sus zonas de costa, sierra y archipiélagica.

La información disponible sobre las primarias edificaciones de Machala, como hemos apuntado, es muy escasa, tan sólo contamos con leves referencias indirectas y algún que otro material gráfico⁶ para las construcciones de finales del siglo XIX y principios del siglo XX. En cualquier caso, y de un modo general, su diseño se caracteriza en un primer momento por ser muy simple: un amplio espacio, donde se desarrollaba básicamente la vida familiar, de planta cuadrada o rectangular y con unas dimensiones entre los 4 y 6 m², aunque podía variar en función a diversos factores como la superficie del terreno, la capacidad económica de sus propietarios, etc.

Este modelo constructivo se identifica, además, por el uso de materiales propios de la zona, (empleo principalmente la chonta, pona, guadúa, pigüe, pamihua, etc.); por la utilización de una mano de obra local; por un uso de técnicas artesanales; y por una gran adecuación al medio (condicionada por el clima, costumbres e influencias históricas que le aporta un rasgo peculiar y valor propio y diferenciador). Sin embargo, las originarias construcciones vernáculas de época colonial erigidas en la ciudad de Machala no han logrado resistir el paso del tiempo. En la actualidad han desaparecido prácticamente en su totalidad. La última edificación que quedaba en pie hasta hace muy poco y que formaba parte del registro elaborado por el INCP -la vivienda situada en la calle General Páez, 904 (esquina Olmedo y Pasaje)- se ha reconvertido en un simple solar. Y por otro lado, sólo se conservan, en estos momentos, dos testigos vernáculos correspondientes a la época republicana. Estos presentan un estado de conservación muy desigual. Nos estamos refiriendo a la edificación ubicada en la calle 9 de Mayo (entre Pasaje y Boyaca), que se encuentra en un proceso de ruina muy avanzado y que, por tanto, urge una intervención inmediata, y la situada en la calle 25 de Junio, 421 (Buenavista, esquina) que presenta un mejor estado de conservación.

Por tanto, otro de los objetivos esenciales de este trabajo es sembrar inquietudes conducentes a una revalorización y recuperación de esta arquitectura tradicional siguiendo sus patrones originarios. En este sentido sería muy recomendable avanzar en la experiencia iniciada por otros países latinoamericanos -como es el caso de

⁶ GUÍA COMERCIAL, AGRÍCOLA E INDUSTRIAL DE LA REPÚBLICA DE ECUADOR. Ed. Compañía "Guía del Ecuador". Guayaquil, 1909.

Guatemala o México- que han apostado por impulsar iniciativas que promueven este tipo de arquitectura vernácula a través de concursos y premios, cuya filosofía se enmarca dentro de una política de desarrollo local sostenible y con una clara orientación turística de la zona⁷. Igualmente sería de gran interés social abrir otras líneas de actuación como la experimentada por China, consistente en la ejecución de proyectos de construcción integral basados en el entorno de una comunidad, con la construcción de equipamientos públicos, reconstrucción de centros educativos, zonas de viviendas, etc., que contribuyan a crear un clima de bienestar social especialmente en zonas de marginación y de alto índice de pobreza⁸.

4.- VIVIENDA TRADICIONAL RURAL

El registro de Bienes Inmuebles elaborado por el INPC para el cantón Machala no contempla edificación tradicional rural alguna. Este aspecto nos resulta un tanto llamativo, especialmente si tenemos en cuenta el carácter y alto componente agro-rural de la sociedad machaleña. Este tipo de vivienda venía caracterizada constructivamente por el empleo de madera y cañas guadua, su estructura se levantaba sobre pilotes de madera, preferentemente de guayacán o amarillo (conocido también como Amarillo de Guayaquil, madera muy resistente utilizada en el mundo rural en las construcciones y para demarcar los terrenos con alambre) por su resistencia a la intemperie, para evitar las consecuencias de las frecuentes inundaciones y la amenaza de animales salvajes que en ese entonces merodeaban por las zonas rurales, y se remataba con una cubierta de hojas de palma real, conocida también como chivila⁹.

5.- VIVIENDA TRADICIONAL URBANA

La evolución de la arquitectura tradicional contemporánea machaleña en el siglo XX ha experimentado cambios significativos en relación al diseño y al uso de materiales con respecto a la época anterior, y donde predomina un tipo de diseño “tipo cajón” de dos plantas.

En un primer momento la planta baja, definida por un amplio espacio, estaba reservada a vivienda, aunque excepcionalmente también tenía un uso de bodega y con el paso del tiempo fue reconvertida en un área para el desempeño de actividades comerciales. Mientras que la planta superior era destinada, en esencia, a uso residencial. Otra diferencia estriba en el material utilizado: así en la planta baja, el recubrimiento se hacía con barro, posteriormente con cemento, baldosa o madera, aunque ésta última fue cediendo gran parte de su protagonismo al bloque, al cemento y a la losa de concreto. No obstante se continuó utilizando la madera como elemento por excelencia en la planta superior. En el interior destaca el tabique de madera o de paredes de “un bloque parado” como elementos utilizados en la división de espacios y ambientes. La gran novedad en el interior fue la incorporación de la cocina y el baño, que en tiempos pasados formaban espacios anexos a la vivienda.

En cuanto al exterior de estas edificaciones, en líneas generales, podemos apuntar que presentan líneas muy sobrias, con escasos elementos decorativos en su fachada. Una de sus principales características es que cuentan con un soportal, que servía para guarecerse de las intensas lluvias invernales o como zona refrescante durante las noches excesivamente calurosas. La mayoría de estas construcciones disponían de tumbados elaborados de madera y recubiertos exteriormente con tejas, costumbre que se fue perdiendo con la generalización posterior del empleo de las planchas de zinc.

⁷ http://www.prensalibre.com/revista_d/arquitectura_0_892710958.html

⁸ Reconstrucción de viviendas vernáculas de madera de la etnia Miao en Zhengduo Village, Guangxi (China). Cfr. <http://habitat.aq.upm.es/dubai/96/bp078.html>

⁹ Cfr. NARANJO VILLAVICENCIO, Marcelo (Coord.): *La cultura popular en Ecuador. El Oro. Tomo XVI*. Ed. Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP). Cuenca, 2009, pp. 616 y ss.

También era frecuente la existencia de un patio posterior dedicado a huerto familiar y a la crianza de animales.

El cantón Machala, al socaire del boom bananero en la década de 1950, experimenta un proceso de modernización general y un crecimiento urbanístico acelerado fruto de los continuos flujos migratorios tanto desde interior de la Provincia como de sus homologas colindantes con el consiguiente efecto de trasplante cultural que también afectó específicamente al modo de urbanizar y de construir. Y es en esos momentos cuando se comienzan a introducir nuevos elementos constructivos como el cemento armado y el ladrillo. Este tipo de edificaciones se caracterizan por su funcionalidad, su forma cúbica y la ausencia de detalles; no obstante, se continúa respetando la tipología exterior de la construcción: el portal, los pilares y se inicia una tendencia al desarrollo vertical.

En el ámbito de la arquitectura religiosa debemos señalar que Machala no tiene tanto peso como El Oro, provincia que registra el mayor porcentaje de bienes inmuebles inventariados entre 1890-1950, con un 40% frente al 3% del cantón. Las dos únicas edificaciones de culto registradas se corresponden con la iglesia de Puerto Bolívar, construida en la década del 60 de la centuria anterior, de estilo neoclásico e influencia española, y la iglesia de El Cambio, levantada en los años setenta del pasado siglo, caracterizada por un estilo moderno, con estructura de hormigón armado y paredes de ladrillos.

6.- BREVES ANOTACIONES SOBRE EL PATRIMONIO INMUEBLE ACTUAL DE MACHALA

El patrimonio edificado de la provincia de El Oro está definido por su diversidad en el plano constructivo dada sus características geográficas, sociales, evolución económica y la fusión de elementos propios con otros externos a lo largo de su historia. El Oro cuenta en la actualidad con un total de 370 bienes inmuebles, que viene a representar un 14,5% de los registrados en la Región 7 y, lamentablemente, más del 70% de los mismos están seriamente afectados por diversos motivos¹⁰.

Machala, por diversas circunstancias, ha sufrido también una pérdida irremediable de gran parte de su legado patrimonial. Una buena prueba de esta afirmación se puede constatar en la ausencia de testigos primarios en su arquitectura vernácula y tradicional, tanto urbana como rural, e incluso sus principales referentes paradigmáticos contemporáneos, contruidos entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX, tampoco han logrado superar la barrera del tiempo en gran parte por la acción del hombre¹¹, como fue el viejo Colegio 9 de Octubre, la Estación del Ferrocarril, la antigua casa de la Municipalidad, el Teatro Municipal, el antiguo edificio de la Gobernación, el antiguo Puerto Bolívar, la casa de la familia de Madero Serrano, el hospital Teófilo Dávila, la Casa de la Aduana en Puerto Bolívar, etc. Y desde otro ángulo el surgimiento de nuevos núcleos de asentamientos contemporáneos, como los barrios de las Tolas o Los Vergeles levantados sobre poblados aborígenes, han ocasionado un daño irremediable al patrimonio arqueológico por el expolio y destrucción de las piezas contenidas en esas zonas.

Por ello, se hace imprescindible en estos momentos invertir esa dinámica depredadora. Y esta idea constituye otro de los propósitos de este contribución: sensibilizar a los responsables de las instituciones públicas local, provincial, estatal y a la propia ciudadanía sobre la imperiosa necesidad de intervenir para preservar y conservar un legado propio y único que nos conecta al pasado y que nos puede

¹⁰ UGALDE, Jhonny: "Construcciones patrimoniales de El Oro". En *Guías de bienes culturales del Ecuador. El Oro*. Ed. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Quito, 2010. pp. 37-43.

¹¹ Cfr. MURILLO CARRIÓN, Rodrigo. *Machala: proceso de identidad*. Ed. Universidad Técnica de Machala. 2009. pág. 67.

proyectar al futuro. El patrimonio tiene, desde luego, un valor cultural incalculable pero también es un poderoso instrumento para impulsar un desarrollo local sostenible que cohesiona a sus habitantes y al territorio como se ha puesto de manifiesto en distintas localidades y ciudades en el escenario internacional.

Machala no es, sin duda, Atenas, ni Quito, ni Cuenca pero tiene su sello singular y una rica historia, con un devenir tan único como cualquier otra colectividad. Así que el machaleño se debe sentir orgulloso de ese proceso histórico, de su aportación como pueblo y, por tanto, proteger y conservar su patrimonio para legarlo en las mejores garantías y condiciones posibles a las futuras generaciones. Es bien cierto que el conjunto de sus Bienes Inmuebles, como se puede apreciar en la tabla que sigue a continuación, es demasiado reciente. Un poco más del 70% se corresponde con construcciones edificadas posteriormente a los años 30 del siglo XX, destacando especialmente la década de los años 50 con el boom bananero donde alcanza casi un 40%.

Otro elemento definidor es que la ciudad de Machala dispone de un patrimonio muy escaso, un total de 66 Bienes Inmuebles registrados, que representa un 17% del total de la provincia de El Oro. Esa es la realidad actual pero no, por ello, debemos repetir los mismos errores del pasado. De modo que instamos a que se activen políticas y acciones que paralicen esa destrucción para evitar en lo posible el convertirnos en un pueblo sin memoria, sin huellas y sin referencias.

Datación de las construcciones declaradas Patrimonio de Bienes Inmuebles del cantón Machala

Años de construcción (*)	Bienes Inmuebles	Porcentaje
1890/1900	1	1.49
1900/1910	4	5.97
1920/1930	2	2.98
1930/1940	12	17.91
1940/1950	9	13.43
1950/1960	26	38.80
1960/1970	7	10.44
1970/1980	2	2.98
1990/2000	2	2.98
2000/2010	1	1.49
1900-1999	1	1.49
	67	100

Fuente: INPC. *Ficha General de Inventario*. Quito, 2014. Elaboración propia.

(*) Hemos optado por mantener los intervalos establecidos por el INPC en sus fichas. Sin embargo sería muy conveniente que el INPC modificara ese criterio para evitar solapamientos. Nuestra recomendación es que la década contemple desde 0 al 9.

La situación actual del Patrimonio Inmueble del cantón Machala, es decir la de aquellos bienes culturales que han sido registrados como tal por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural de Ecuador, es extremadamente crítica. Su estado de deterioro es relativamente alto, preocupante, un 43% se encuentra en situación ruinoso y un 35% en fase de deterioro. De modo que si no se actúa de forma inmediata seremos responsables directos de su destrucción.

De hecho, algunas que otras viviendas catalogadas por el INPC en estos últimos años ya han desaparecido completamente, como es el caso de aquella que estaba ubicada en Sucre, 715 (entre Tarqui y Junín), que por causa de un incendio, el 27 de diciembre del 2012, quedó reducida a escombros¹². Asimismo, en estas últimas semanas la ubicada en la calle Sucre, 1431 y Vela esquina, en parte fue destruida para convertirla en un estacionamiento de vehículos y dividirla en locales comerciales; mientras que otras se encuentran en una situación amenazante de ruina como la ubicada en 9 de

¹² <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-sur/item/un-incendio-redujo-a-cenizas-casa-patrimonial.html>

Mayo (entre Pasaje y Boyacá), que se encuentra en pleno mercado callejero y la emplazada en la Avda. Ferroviaria 653 y Ecuador de la parroquia El Cambio. Muchas otras han sufrido importantes cambios y modificaciones y la inmensa mayoría están condenadas a tener, en un breve periodo de tiempo, un destino catastrófico si no se media una actuación urgente. Y en este contexto debemos indicar que el proceso de Regeneración Urbana de la ciudad a pesar del gran impulso, impacto urbanístico y modernización de Machala ha tenido un influjo negativo al descuidar el valor arquitectónico tradicional. Así noticias recientes, como la fechada el 18 de Octubre 2013, y que reproducimos a continuación no sólo no deberían repetirse sino que también indica que las instituciones públicas deben esforzarse aún más en trabajar socialmente para lograr un necesario cambio de mentalidad¹³:

“Viviendas vetustas son demolidas en Machala

Tres casas de construcciones antiguas y que se encuentran en pleno centro de la ciudad fueron demolidas por orden del Municipio de Machala, para que sean reconstruidas y den un mejor aspecto a la regeneración de 720 metros de la av. Rocafuerte.

Un inmueble de dos pisos, que está justo a un costado de la Fiscalía Provincial, seguía hasta ayer demoliéndose, y sus propietarios manifestaron que se acogieron a una ordenanza municipal por la regeneración (...).

Y es que las viviendas fueron construidas en los años 50 y 70 y eran consideradas una de las más antiguas del centro de la ciudad.

Julio Villacrés, contratista de la obra, dijo que todos los inmuebles que están dentro de la regeneración urbana tienen que acogerse a una ordenanza municipal de arreglar su fachada, “aquellas casas que ya están en un estado vetusto se la están demoliendo”, manifestó el contratista.

María Paredes, quien tiene un local de cabinas cerca de la regeneración, señaló sentir molestias por la demolición de las viviendas, sin embargo considera que dichas moradas sí daban un mal aspecto al centro de la urbe, “para mí estas casas debieron ser remodeladas, ya que nos recuerda el Machala antiguo. Pero eso ya es cuestión de sus propietarios”.

Distribución según el estado de conservación de los Bienes Inmuebles del cantón Machala (*).

Estado ruinoso		Estado deteriorado		Estado sólido		Sin clasificación
Bienes Inmuebles	Porcentaje	Bienes Inmuebles	Porcentaje	Porcentajes	Bienes Inmuebles	
29	43.28	24	19.40	35.82	13	1

Fuente: INPC. *Ficha General de Inventario*. Quito, 2014. Elaboración propia.

(*) Debemos señalar que esta distribución porcentual corresponde al número total de edificaciones registradas por el INPC en sus fichas pero algunas de esas casas ya han desaparecidas, como hemos señalado, por tanto estos índices son más elevados.

Distribución de los Bienes Inmuebles en estado ruinoso en el cantón Machala.

Porcentaje del estado ruinoso	Bienes Inmuebles	Porcentajes
Entre 0-24%	15	22.38
Entre 25-49%	10	14.92
Entre 50-74%	4	5.97
Más del 75%	1	1.49

Fuente: INPC. *Ficha General de Inventario*. Quito, 2014. Elaboración propia.

Distribución de los Bienes Inmuebles en estado deteriorado en el cantón Machala.

Porcentaje de Deteriorado	Bienes Inmuebles	Porcentajes
Entre 0-24%	11	16.41
Entre 25-49%	5	7.46
Entre 50-74%	6	8.95

¹³ <http://www.ppelverdadero.com.ec/mi-pais/item/viviendas-vetustas-son-demolidas-en-machala.html>

Más del 75%	1	1.49
-------------	---	------

Fuente: INPC. *Ficha General de Inventario*. Quito, 2014. Elaboración propia.

Distribución de los Bienes Inmuebles en estado sólido en el cantón Machala.

Porcentaje de Sólido	Bienes Inmuebles	Porcentajes
Entre 0-24%	-	-
Entre 25-49%	-	-
Entre 50-74%	-	-
Más del 75%	13	19.40

Fuente: INPC. *Ficha General de Inventario*. Quito, 2014. Elaboración propia.

Otro rasgo a señalar es que la inmensa mayoría de estas construcciones son de titularidad privada¹⁴ y por ello se debe iniciar o intensificar políticas de subvención y cofinanciación por parte de la Administración para contribuir a la rehabilitación, al menos inicialmente, de los espacios más significativos e incluso proceder a la adquisición de aquellas que reúnan unas características y condiciones adecuadas y puedan ser destinados a usos sociales o culturales. La simple utilización de esos espacios es vital y necesaria, ya que al otorgarle vida y utilidad, además del beneficio sociocultural resultante, supone una garantía para su conservación.

Distribución de los Bienes Inmuebles de Machala según su estilo arquitectónico:

Estilo	Época colonial	Época republicana	Porcentaje
Vernáculo	-	2	2.98
Tradicional	-	45	67.16
Neoclásico	-	1	1.49
Modernismo	-	6	8.95
Moderno	-	2	2.98
Eclético	-	1	1.49
Sin clasificar	-	10	14.92
		67	100

Fuente: INPC. *Ficha General de Inventario*. Quito, 2014.

Elaboración propia.

Un aspecto que nos ha llamado bastante la atención, independientemente al que ya hemos apuntado sobre la ausencia de viviendas rurales registradas en el inventario del INPC, es la exclusión en esa relación de Bienes Inmuebles de algunas edificaciones que, a nuestro juicio, deberían formar parte de la misma atendiendo a los fundamentados criterios de selección y valoración utilizados por el INPC¹⁵. Y por citar algunos ejemplos significativos podemos referenciar a la catedral de Machala, al Hotel Guayaquil y al edificio Encalada en Puerto Bolívar, entre otros. Asimismo debemos dejar constancia de ciertas impresiones, erratas y errores en la cumplimentación de las fichas descriptivas del INPC, información ésta que hemos remitido a dicha institución con la finalidad de que procedan a subsanarlas¹⁶. Por estas y otras razones

¹⁴ La única excepción es la vivienda ubicada en la calle Bolívar, 315 (entre Napoleón Mera y Buenavista) que según recoge la ficha del INPC es propiedad Estatal. Asimismo debemos mencionar que con respecto a los cinco monumentos levantados en honor a distintas personalidades dos de ellos (el de Bolívar Madero Vargas y el del Teniente Héctor Cordovez) son de titularidad privada y los tres restantes, junto a la locomotora del Tren, son de propiedad Estatal. Además debemos mencionar que las dos iglesias (la de Puerto Bolívar y El Cambio) son propiedades eclesiásticas.

¹⁵ *Instructivo para fichas de registro e inventario: Bienes Inmuebles*. (Serie Normativas y Directrices). Quito; Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. 2011. pp. 26-108.

¹⁶ En las fichas de los Bienes Inmuebles del cantón Machala registradas y elaboradas por el INPC hemos detectados múltiples inconsistencias relacionadas con el soporte fotográfico, planos, direcciones de las viviendas, dudosas asignaciones de titularidad erróneas clasificaciones, fallas de actualizaciones, etc.

consideramos e instamos al Instituto Nacional de Patrimonio a una revisión y depuración de las mismas y a la realización de un nuevo levantamiento y registro patrimonial más amplio y específico, además de establecer con urgencias acciones continuas de vigilancia e inspección, al tiempo que reconocemos, valoramos y resaltamos el excelente y meritorio trabajo desplegado por el INPC en esta última etapa.

Por último, debemos resaltar y agradecer el decidido compromiso, la extremada sensibilidad y el constante apoyo brindado por la Directora Provincial del Ministerio de Cultura y Patrimonio de la Provincia de El Oro, la Lcda. Melba Piedra Fernández, pues, sin su inestimable participación este proyecto simplemente no hubiera sido posible y a la Egrda Gabriela A. Vásquez Cueva que nos proporcionó su apoyo logístico en la localización y ubicación de los Bienes Inmuebles. Asimismo queremos mostrar nuestra gratitud al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, muy especialmente a la Arq. Olga Woolfson Touma y a la SENESCYT por el respaldo incondicional que ha permitido la materialización de este trabajo sobre los Bienes Inmuebles de Machala que pretenden recorrer todos los rincones del Cantón con el objeto de difundir una parte de su patrimonio.

7.- ADDENDA

El trabajo contenido en las líneas que anteceden fue concluido a mediados de 2014. Sin embargo, tenemos constancias, como hemos señalado en el estudio precedente, que algunos Bienes Inmuebles que habían sido declarados como Patrimonio habían desaparecido y otros han tenido el mismo destino en estos dos últimos años. Esta situación no es reflejada en las fichas de registro del Instituto Nacional de Patrimonio de Ecuador, a pesar que dicha institución ha realizado recientemente una actualización e incorporación de los Bienes Inmuebles de Machala.

De modo que esa labor realizada por el INPC contiene graves falencias:

- En el nuevo Catálogo no se han dado de bajas los Bienes Inmuebles que han desaparecidos, que ya no existen, (como es el caso entre otras muchas las correspondiente a la vivienda con código BI-07-01-01-000-000010) o la exclusión del mismo del Monumento Bolívar Madero Vargas sin justificación alguna. Y en algunos casos, con respectos a Bienes Inmuebles incorporados al Catálogo se aprecia la duplicidad de registros con códigos de referencias diferentes, como las fichas correspondientes a BI-07-01-50-000-000029 y BI-07-01-02-000-000001.
 - Persistentes errores técnicos y de documentación de los registros de los Bienes Inmuebles, como es, entre otros, los soportes fotográficos: en la ficha de registro de la vivienda con código BI-07-01-50-000-000013 aparece con un soporte fotográfico que corresponde a otras edificaciones; en diversas fichas de registros, los Inmuebles están documentados con soportes fotográficos caducos que no se corresponde con la situación actual de las edificaciones, que han sufrido cambios y transformaciones importantes, como es el caso de las viviendas con código BI-07-01-50-000-000030; BI-07-01-05-000-000003 y de la Escuela Luz América BI-07-01-50-000-000010.
 - Asimismo debemos sugerir que no resulta nada recomendable incluir en el fichero edificaciones todavía en estado de "revisión", como son los casos de los Bienes Inmuebles correspondientes a los códigos BI-07-01-51-000-000002 y BI-07-01-51-000-000001; como tampoco reasignar nuevos códigos de referencias sin hacer constar tal modificación, como es el caso de la Residencia Vintimilla, que tenía como registro en 2014 BI-07-01-01-000-08-00013 y que recientemente se le ha asignado el código BI-07-01-01-000-08-00013.
-

- Otro elemento significativo con respecto al conjunto patrimonial Inmueble de Machala de 2014 ha sido la incorporación de nuevas declaraciones de Bienes Inmuebles, que hemos adjuntadas al final del presente Catálogo.

8. BIBLIOGRAFÍA

- CASTELLANO GIL, José M. (2015). Percepción social de la cultura en Machala (Ecuador). Revista Culturales. Universidad Autónoma de Baja California, 2015. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69442860004>
- CASTELLANO GIL, José M. (2016). Hábitos y prácticas culturales en Machala 2014. Ed. Archivo Histórico Municipal de Colima, Prefectura El Oro y Unidad Educativa del Pacífico. México. Disponible en <http://www.culturascontemporaneas.com/otraspublicaciones.php?revista=22&page=1>
- CASTELLANO GIL, José M. (2016). Catálogo del Patrimonio Inmueble de Machala. Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de El Oro.
- CASTELLANO GIL, José M. (2016). Historia de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de El Oro, (1953-1965) (2016). Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de El Oro.
- CASTELLANO GIL, José M. (2016). Estudio Preliminar al libro de Actas del Concejo Cantonal de Machala 1888-1889. Ed. Casas de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de El Oro.
- CASTELLANO GIL, José M. (2017). Política, gestión y recursos culturales institucionales en Machala, Ecuador. Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Universidad de Colima, México. (Aprobado).
- EGUIGUREN FRANCO, Daniel Eduardo: *Valores formales de la vivienda tradicional del siglo XX. Estudio tipológico en el sector rural de la provincia de Loja, Ecuador*. Ed. Universidad de Cuenca, 2013.
- GUARICELA CASTILLO, Nataly de los Ángeles: *Estudio, valoración e inventario tipológico de la arquitectura vernácula en la cabecera parroquial de Guachanamá, Cantón Paltas (Loja-Ecuador)*. (Tesis de Licenciatura). Escuela de Arquitectura de la Universidad Técnica Particular de Loja. 2008.
- GUÍA COMERCIAL, AGRÍCOLA E INDUSTRIAL DE LA REPÚBLICA DE ECUADOR. Ed. Compañía "Guía del Ecuador". Guayaquil, 1909.
- HERMIDA, Ma. Augusta (Comp.): *Valores formales de la vivienda rural tradicional del siglo XX en la provincia del Azuay*. Cuenca: Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca. 2011.
- HERMIDA, Ma. Augusta (coord.), GUERRA, Jaime (coord.). *Miradas a la Arquitectura Moderna en el Ecuador*. Tomo III. Cuenca: Maestría de Proyectos Arquitectónicos. 2010.
- INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL. *Ficha General de Inventario*. Quito. 2014.
- INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL: *Instructivo para fichas de registro e inventario: Bienes Inmuebles*. (Serie Normativas y Directrices). Quito; Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. 2011.
- MURILLO CARRIÓN, Rodrigo: *Machala: proceso de identidad*. Ed. Universidad Técnica de Machala. 2009.
- NARANJO VILLAVICENCIO, Marcelo (Coord.): *La cultura popular en Ecuador. El Oro. Tomo XVI*. Ed. Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP). Cuenca, 2009.
- UGALDE, Jhonny: "Construcciones patrimoniales de El Oro". En *Guías de bienes culturales del Ecuador. El Oro*. Ed. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Quito, 2010.
- WOOLFSON TOUMA, Olga: "Una oportunidad para la afirmación de lo que somos". En *Guías de bienes culturales del Ecuador. El Oro*. Ed. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Quito, 2010.

CURRICULUM DR. JOSÉ MANUEL CASTELLANO GIL (PhD)

Doctor en Historia por la Universidad de La Laguna (España) con la máxima calificación de CUM LAUDE y PREMIO EXTRAORDINARIO DE DOCTORADO. ExDirector de Museo y autor de casi una treintena de libros y más de un centenar de artículos, tanto en revistas especializadas como generalistas, coordinador de diversas publicaciones, ha impartido diversas conferencias, cursos especializados y ha participado en más de una veintena de Congresos de carácter nacional e internacional.

Ha obtenido diversos premios de investigación de rango nacional e internacional. Ha sido miembro de diversos proyectos de investigación financiados por el gobierno de la Comunidad Autónoma de Canarias, la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología del gobierno de España y de la Unión Europea.

La Asamblea del Poder Popular de la República de Cuba le otorgó la "Distinción por la Cultura Nacional cubana" (2000) por su contribución en temas históricos y culturales. Ha formado parte del Programa Prometeo como investigador (2013-2014) y la Dirección Provincial de Cultura de El Oro (Ecuador) le concedió la "Presea Filantropía Cultural" en 2015.

Actualmente es profesor Titular y Coordinador de Investigación de la Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE).

CURRICULUM ANGEL BOLIVAR FAJARDO PUCHA

Ayudante de investigación de la Coordinación de Investigación de la Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE) y miembro investigador del proyecto de Creación del Centro Documental y Museo Nacional de Educación del Ecuador.

(Julio 2017)

ESTADO ACTUAL DEL PATRIMONIO DOCUMENTAL EN EL CANTÓN MACHALA, ECUADOR

Dr. José M. Castellano Gil (PhD)

Profesor Titular y Coordinador de Investigación
Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE)
jose.castellano@unae.edu.ec

Ángel Bolívar Fajardo Pucha

Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE)
Ayudante de Investigación
abfajardo@unae.edu.ec

Resumen:

Este trabajo pretenden exponer la situación actual del Patrimonio Documental del cantón Machala con el único propósito de sensibilizar a los responsables directos, es decir, a las instituciones Públicas, ante un "problema objetivo", para que adopten las medidas oportunas respecto a una adecuada conservación y recuperación del legado documental, con la finalidad de salvaguardarlo en las mejores condiciones posibles y transferirlo con garantías a las generaciones futuras como un elemento referencial de su origen y evolución colectiva.

Palabras claves: Patrimonio, Bienes Inmuebles, Machala.
architecture, Machala

Keywords: heritage,

INTRODUCCIÓN

El actual panorama archivístico en el cantón Machala y, por ende, en la Provincia de El Oro es extremadamente precario y alarmante. Esta afirmación no es gratuita sino que se evidencia de forma contundente en la inexistencia de fondos en sus dependencias. Machala, desde ese punto de vista, puede ser considerado como un municipio con una frágil memoria documental.

Es verdad, que en estos momentos, la ciudad dispone de dos instituciones con espacios abiertos a disposición pública denominados como "archivos". Pero no es menos cierto que se caracterizan por un paupérrimo patrimonio documental. Esta valoración, fundamentada en el chequeo que hemos realizado a los distintos centros, también se puede constatar en la información recogida por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) en sus fichas correspondientes al Patrimonio Documental de Machala. Los motivos de esta inquietante situación son diversos y complejos, unos pueden ser comprensibles pero la mayoría de ellos son sencillamente injustificables. Pero eso, es otra historia.

El Archivo Histórico Municipal de Machala creado de forma oficial en 2007, aunque en funcionamiento desde el 2002 bajo la dirección del Soc. Galo Salcedo, está completamente desnudo y desmantelado. En la actualidad este centro tan sólo dispone de una colección de *El Diario El Nacional* que va desde 1965 a 2000, algunos libros de consulta y un dossier de artículos de prensa sobre diversos aspectos históricos. No obstante, tenemos constancia que el Municipio cuenta con un pequeño fondo documental, custodiado por el secretario de la Corporación, que está sin inventariar, sin catalogar, sin acceso al público y en unas condiciones inadecuadas

para su conservación. Ante esta situación sería muy recomendable que ese material fuera trasladado al Archivo Municipal para que se inicien las tareas consustanciales y propias de estos centros.

El reciente **Archivo Histórico Provincial de la Casa de la Cultura de El Oro**, creado el 12 de mayo de 2010, dispone simplemente de un fondo principal integrado por una colección de *El Diario Nacional* que va desde 1965-2012 y un soporte fotográfico digital, escaneado de publicaciones y revistas, que se acerca al millar de ilustraciones. Asimismo en sus dependencias está depositado una pequeña parte del Salón Documental Histórico del Consejo Provincial, conformado en su inmensa mayoría por recortes de prensa y un repertorio bibliográfico compuesto por 212 volúmenes de carácter muy generalista.

El Gobierno Provincial Autónomo de El Oro sencillamente no dispone de archivo de uso público, algo realmente incomprensible. Y tampoco cuenta, siquiera, con un archivo central administrativo. No dispone de personal y, evidentemente, tampoco de reglamento interno. En su sede actual se custodia exclusivamente documentación posterior a 2009, que está dividida o estructurada por departamentos. Su fondo anterior se encuentra depositado en su antiguo edificio y desconocemos absolutamente su sistema organizativo y estado de conservación. Junto a ello, debemos señalar, también, el infortunio que supuso la disgregación de los fondos que en su momento integraron el Salón Documental Histórico del Consejo Provincial, a principios de la década de los ochenta de la pasada centuria.

Ese fondo fue creado, y expuesto al público, bajo la prefectura de Mario Minuche Murillo y durante la presidencia de Luis Serrano se firma un convenio con el Banco Central de Ecuador, mediante el cual esa entidad financiera se hacía cargo de la Biblioteca José Ugarte Molina (Puerto Bolívar), del Salón Histórico Documental y del antiguo edificio de la Gobernación, cuya planta baja fue acondicionada como sala de exposición permanente. Sin embargo, durante la prefectura de Franco Romero Loayza (1988-1992) este convenio fue revocado y los fondos repartidos entre la Casa de la Cultura, el Gobierno Provincial y otros fueron a parar a manos desconocidas. Igual suerte deparó a muchos de los objetos y documentos que integraron los dos intentos por consolidar unos centros museísticos en el Municipio. Ese material, difuminado y esparcido por quién sabe dónde, tuvo como final un destino oculto y clandestino.

El Archivo de la Gobernación de la Provincia de El Oro tampoco cuenta con archivo para uso del público. No dispone de personal, ni de reglamentación interna. El fondo que custodia se reduce exclusivamente a documentación posterior a 1998 y se encuentra en un cuarto con unas condiciones realmente lamentables. La documentación anterior, es decir desde su época de creación hasta finales de la década de los años noventa de la pasada centuria, que estaba depositada en su anterior edificio, sufrió las consecuencias de una inundación que azotó a la ciudad y su legado se perdió para siempre.

Los fondos documentales del Archivo Central de la Universidad Técnica de Machala tampoco están a disposición pública y sólo tienen una finalidad meramente administrativa. No cuenta con personal, ni reglamento. Tampoco están inventariados, ni catalogados.

Los documentos del Archivo Central de la UTMACH, proveniente de la gestión rectoral, se encuentran encuadrados en su inmensa mayoría en un espacio reducido que presenta unas condiciones de conservación impropias. En cambio, la situación de los archivos de las distintas facultades varía sustancialmente: en unos, que cuentan con personal, los fondos están ubicados en estanterías con cierta lógica primaria pero sin criterios archivísticos y en otros predomina el concepto básico de almacenamiento y amontonamiento. En cualquier caso, ninguno de ellos reúnen los

espacios y características esenciales para su clasificación y conservación. Evidentemente no están inventariados, ni catalogados y, en el mejor de los casos, están simplemente agrupados por años. En este sentido, sugerimos la creación de un verdadero "Archivo Central" universitario donde confluya toda la documentación generada por esta institución académica una vez haya finalizado la vida administrativa de los expedientes.

Para completar esta rápida visión sería interesante incorporar el conocimiento y estado actual de otros centros (como el archivo Catedralicio, los parroquiales, el del Colegio 9 de Octubre y los del Registro de la Propiedad, notarias, delegaciones provinciales y otras tantas instituciones como centros educativos, hospitales, etc.), cuya realidad desconocemos pero es más que probable que estén en plena sintonía con esa descripción general que hemos realizado. Ese supuesto queda plenamente confirmado por la información contenida en los registros elaborados por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del cantón Machala sobre otros centros documentales, que se relacionan a continuación, y están caracterizados por un acceso restringido al público y por presentar un estado de conservación "malo".

Relación de otros archivos en el cantón Machala.

ARCHIVO CNRH - SECRETARÍA NACIONAL DEL AGUA

ARCHIVO REGISTRO CIVIL Y CEDULACIÓN

ARCHIVO HISTÓRICO MUNICIPIO DE MACHALA

ARCHIVO RÉGIMEN ESCOLAR Y REFRENDACIÓN DE TÍTULOS DIRECCIÓN PROVINCIAL DE EDUCACIÓN EL ORO

ARCHIVO ESCALAFÓN DIRECCIÓN PROVINCIAL EDUCACIÓN EL ORO

ARCHIVO PRESIDENCIA CORTE SUPERIOR

ARCHIVO ASOCIACIÓN DE ARTISTAS PROFESIONALES DE EL ORO

ARCHIVO SECRETARÍA CÁMARA DE COMERCIO DE MACHALA

ARCHIVO NOTARÍA PRIMERA MACHALA

ARCHIVO RÉGIMEN ESCOLAR DE LA DIRECCIÓN PROVINCIAL DE EDUCACIÓN

ARCHIVO DEPARTAMENTO SECRETARÍA COLEGIO ISMAEL PÉREZ PAZMIÑO

ARCHIVO UNIDAD DE GESTIÓN TÉCNICA Y AMBIENTAL PREDESUR

ARCHIVO JUZGADO PRIMERO DE LO CIVIL

ARCHIVO APORTES DE AFILIADOS Y EMPRESAS DIRECCIÓN REGIONAL DEL IESS

ARCHIVO DEPARTAMENTO DE SECRETARÍA ESCUELA FISCAL # 4 CIUDAD DE MACHALA

ARCHIVO MUSEO LUIS ÁNGEL MOSCOSO ZAMBRANO

ARCHIVO PARTICULAR CÉSAR GALO SALCEDO PARRALES

ARCHIVO SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

ARCHIVO REGISTRO DE LA PROPIEDAD

ARCHIVO SECRETARÍA GENERAL COLEGIO FISCAL 9 DE OCTUBRE

ARCHIVO FEDERACIÓN PROVINCIAL OBRERA DE EL ORO (FPTO)

Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio Cultura (INPC). Disponible en:

<http://sipce.inpc.gob.ec:8080/IBPWeb/paginas/busquedaBienes/resultadoBusqueda.jsf>

Este panorama desolador, entre otras cuestiones, hace prácticamente inviable una mínima tarea de reconstrucción del proceso histórico del Municipio en un período tan cercano como es gran parte del siglo XX. Y no hablemos de las insalvables dificultades que nos encontraríamos a la hora de abordar un estudio sobre las centurias precedentes. Esta es la dura y triste realidad archivística-documental del cantón Machala y de la Provincia de El Oro.

Y desde esta perspectiva hacemos un llamamiento urgente a las principales autoridades de las distintas instituciones para que activen medidas inmediatas que subsanen esta penosa y delicada situación. Estas acciones podrían ir encaminadas en

las siguientes direcciones: primero, dotar de personal cualificado que organice sus fondos a través de los procesos sistemáticos de inventarización y catalogación; segundo, aplicar medidas oportunas para su correcta conservación; tercero, poner a disposición pública sus fondos; cuatro, incentivar políticas, campañas y acciones de recuperación documental entre la ciudadanía; quinto, fomentar su difusión a través de ediciones y publicaciones; y sexto, celebrar cursos de capacitación y especialización profesional.

Asimismo, de forma paralela y complementaria, consideramos imprescindible la creación de un Archivo de Fuentes Orales, cuyo principal objetivo consista en rescatar la memoria histórica a través de las fuentes orales con la idea de contribuir a la reconstrucción histórica de la Provincia de El Oro ante las enormes carencias documentales existentes. Este centro archivístico debería orientar e implementar sus iniciativas a fomentar la preservación colectiva del patrimonio histórico cultural; a planificar y desarrollar proyectos de investigación; a rescatar testimonios orales mediante sistema de grabación audiovisual; a ofrecer sus servicios a investigadores y público en general; a incentivar campañas de promoción sobre la importancia de los testimonios o fuentes orales en la comunidad educativa y en el conjunto de la sociedad; a realizar congresos, jornadas, seminarios, talleres y eventos similares; a establecer vínculos de colaboración con centros similares e instituciones para el desarrollo de proyectos; integrar a un sector de la comunidad –los ciudadanos de la tercera edad– como actores indispensables de un proyecto de rescate de la historia local; y concienciar a la sociedad de la necesidad de revalorizar la historia local y los elementos identitarios.

BIBLIOGRAFIA

- CASTELLANO GIL, José M. (2015). Percepción social de la cultura en Machala (Ecuador). *Revista Culturales*. Universidad Autónoma de Baja California, 2015. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69442860004>
- CASTELLANO GIL, José M. (2016). Hábitos y prácticas culturales en Machala 2014. Ed. Archivo Histórico Municipal de Colima, Prefectura El Oro y Unidad Educativa del Pacífico. México. Disponible en <http://www.culturascontemporaneas.com/otraspublicaciones.php?revista=22&page=1>
- CASTELLANO GIL, José M. (2016). Catálogo del Patrimonio Inmueble de Machala. Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de El Oro.
- CASTELLANO GIL, José M. (2016). Historia de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de El Oro, (1953-1965) (2016). Ed. Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de El Oro.
- CASTELLANO GIL, José M. (2016). Estudio Preliminar al libro de Actas del Concejo Cantonal de Machala 1888-1889. Ed. Casas de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de El Oro.
- CASTELLANO GIL, José M. (2017). Política, gestión y recursos culturales institucionales en Machala, Ecuador. *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, México. (Aprobado).
- MURILLO CARRIÓN, Rodrigo: *Machala: proceso de identidad*. Ed. Universidad Técnica de Machala. 2009.
- NARANJO VILLAVICENCIO, Marcelo (Coord.): *La cultura popular en Ecuador. El Oro. Tomo XVI*. Ed. Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP). Cuenca, 2009.

UGALDE, Jhonny: "Construcciones patrimoniales de El Oro". En *Guías de bienes culturales del Ecuador. El Oro*. Ed. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Quito, 2010.

WOOLFSON TOUMA, Olga: "Una oportunidad para la afirmación de lo que somos". En *Guías de bienes culturales del Ecuador. El Oro*. Ed. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Quito, 2010.

ARCHIVOS CONSULTADOS

Archivo Municipal de Machala

Archivo Universidad Técnica de Machala

Archivo Histórico Provincial de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de El Oro.

CURRICULUM DR. JOSÉ MANUEL CASTELLANO GIL (PhD)

Doctor en Historia por la Universidad de La Laguna (España) con la máxima calificación de CUM LAUDE y PREMIO EXTRAORDINARIO DE DOCTORADO. ExDirector de Museo y autor de casi una treintena de libros y más de un centenar de artículos, tanto en revistas especializadas como generalistas, coordinador de diversas publicaciones, ha impartido diversas conferencias, cursos especializados y ha participado en más de una veintena de Congresos de carácter nacional e internacional.

Ha obtenido diversos premios de investigación de rango nacional e internacional. Ha sido miembro de diversos proyectos de investigación financiados por el gobierno de la Comunidad Autónoma de Canarias, la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología del gobierno de España y de la Unión Europea.

La Asamblea del Poder Popular de la República de Cuba le otorgó la "Distinción por la Cultura Nacional cubana" (2000) por su contribución en temas históricos y culturales. Ha formado parte del Programa Prometeo como investigador (2013-2014) y la Dirección Provincial de Cultura de El Oro (Ecuador) le concedió la "Presea Filantropía Cultural" en 2015.

Actualmente es profesor Titular y Coordinador de Investigación de la Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE).

CURRICULUM ANGEL BOLIVAR FAJARDO PUCHA

Ayudante de investigación de la Coordinación de Investigación de la Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE) y miembro investigador del proyecto de Creación del Centro Documental y Museo Nacional de Educación del Ecuador.

(Julio 2017)

EL PATRIMONIO EDUCATIVO DE ECUADOR

Dr. José Manuel Castellano Gil

Profesor Titular y Coordinador de Investigación
Universidad Nacional de Educación de Ecuador
jose.castellano@unae.edu.ec

Mgs. Juan Carlos Brito Roman

Profesor Titular
Universidad Nacional de Educación de Ecuador
juan.brito@unae.edu.ec

Ángel Bolívar Fajardo Pucha

Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE)
Ayudante de Investigación
abfajardo@unae.edu.ec

Resumen:

El patrimonio histórico vinculado al mundo de la Educación en Ecuador no disponía hasta hace poco tiempo de atención, espacio, ni medios asignados que garantizaran su preservación y conservación. Sin embargo una reciente iniciativa, nacida en la Universidad Nacional de Educación de Ecuador, junto con el apoyo de la RedCedia, planea la creación de un Centro Documental y Museo de la Educación.

Este proyecto trianual se encuentra en estos momentos en su fase inicial de ejecución y tiene como objetivo abrir las puertas este año de 2017 el primer Centro Documental especializado en Educación, el diseño de un Museo Digital de Educación para 2018 y el establecimiento de un Museo físico para 2019.

Este artículo se centra en fundamentar a través de un recorrido histórico, por el panorama museístico ecuatoriano y su situación actual, la necesidad de preservar, conservar y difundir una parte importante del patrimonio cultural ecuatoriano educativo.

Palabras claves: Museo, Educación, Patrimonio, UNAE.
Heritage, UNAE

Keywords: Museum, Education,

INTRODUCCIÓN

Los cambios sociopolíticos y económicos propiciados por el movimiento ilustrado en el siglo XVIII y plasmados a lo largo del siglo XIX convirtieron a la educación y a las ciencias en áreas prioritarias del conocimiento y de las nuevas concepciones ideológicas predominantes. Desde mediados del siglo XIX, la eclosión de instituciones museísticas pedagógicas surgía vinculada a la conformación del Estado-nación, al desarrollo de la ciencia y la técnica para favorecer el desarrollo industrial y, por consiguiente, a la construcción de un sistema educativo nacional. En ese contexto se enmarca la proliferación de museos pedagógicos nacionales¹ y explica, en el caso concreto de Ecuador, el nacimiento de su primer centro museístico, el Museo Industrial de Guayaquil en 1863, y el posterior Decreto² de creación del Museo Pedagógico Nacional de Ecuador, en 1913, dictado por el Ministro de Instrucción Pública, Luis Napoleón Dillon³.

¹ Sobre museos pedagógicos nacionales Vid. García, 1983; Del Dujo, 1985; Pintado, 1987; Berrio, 2006; Cabrera, 2013; Urtaza, 2013; Linares, 2015.

² Registro Oficial, N°, 199, 3 de mayo de 1913. pp. 2156-2159.

³ Luis Napoleón Dillon nació en Quito el 6 de Agosto de 1875 y desempeñó una intensa actividad como político, periodista, educador, economista y propulsor del arte y la cultura popular. Durante su etapa al frente del Ministerio de Educación realizó importantes innovaciones (contó con los servicios de la Primera Misión Pedagógica Alemana e introdujo nuevos planes y programas de enseñanza). Además fue Ministro de Hacienda, pionero e impulsador del proyecto de creación del Banco Central de Ecuador; entidad que desplegó una

El conflictivo siglo XX genera un cambio de tendencia en la dinámica de los Museos Pedagógicos. Estos empiezan a perder cierto protagonismo y como consecuencia de ello, en las últimas décadas de la centuria anterior, se activaba en el marco internacional una preocupación sobre la necesidad de recuperar y preservar el legado histórico de la memoria educativa y pedagógica, ante la dispersión y pérdida de ese patrimonio⁴. Esa inquietud se materializaba en la creación de nuevos centros que tenían como objeto el estudio de la cultura escolar y el patrimonio histórico educativo, especialmente potenciado desde del ámbito universitario⁵.

Estos nuevos museos sobre educación adquieren un fuerte impulso a partir de 1980. Mientras que la tipología pedagógica decimonónica mantenía, inicialmente, una línea continuista —fiel a su origen de museo eminentemente pedagógico—, aunque sus objetivos y funciones paulatinamente se van adaptando a los nuevos tiempos.

Una tercera concepción museística, como consecuencia de la actual revolución tecnológica, daba lugar a la aparición de Museos Virtuales sobre educación⁶. Esta alternativa, de acceso a través de Internet, se ha visto impulsada desde las investigaciones universitarias, centradas en el estudio de la cultura escolar con la finalidad de difundir ese patrimonio educativo.

En definitiva, este es el actual panorama museístico general sobre educación a nivel mundial y, ante ello, cabe preguntarse cuál ha sido su evolución y cuál es el estado y situación que presenta en estos momentos Ecuador.

El Primer Museo de Ecuador

En 1863 a iniciativa de Pedro Carbo Noboa⁷ se creaba en Guayaquil el primer centro museístico de Ecuador, el Museo Industrial, cuya colección estaba integrada por un conjunto de piezas relacionadas con la actividad productiva del país (cacao, licores, frutas y conservas). Casi cuarenta y cinco años después, el 15 de septiembre de 1908, Armando Pareja Coronel, presidente del Concejo Cantonal de Guayaquil, proponía la creación de un museo histórico, que supuso la reconversión del anterior Museo Industrial. Esa idea se concretaba en la Ordenanza de 16 de diciembre de 1908, que regulaba el nuevo centro museístico, que tendría como objeto central la Historia ecuatoriana, aunque también integraba otras secciones dedicadas a las Ciencias y a las Artes. Esta Ordenanza recogía, asimismo, la designación de un Director, puesto que recaía en el responsable de la Biblioteca Municipal, Camilo Destruge Illingworth⁸. El acto inaugural de este Museo se producía el 9 de agosto de 1909, dentro de los actos conmemorativos del centenario del "Primer Grito de Independencia".

El Museo Pedagógico Nacional de Ecuador

El Ministro de Instrucción Pública decretaba el 28 de abril de 1913 la creación del Museo Pedagógico Nacional de Ecuador —como sección anexa a la Oficina Central de Fomento de Instrucción Primaria Nacional—, fundamentado en el gran aporte que este tipo de establecimiento proporcionaría al progreso de la pedagogía, la industria y la patria⁹. Este

ingente labor cultural y museística, hasta que en 2010 su red de museos pasó a cargo de la Subsecretaría Técnica de Memoria Social del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador.

⁴ Sobre recuperación, difusión y reflexión Vid. Peleteiro, et al., 2008; Beltrán, 2009; Del Río, 2009; Díaz, 2009; Domínguez, 2010, 2011; Martínez, 2015; Moreno, 2015.

⁵ Para una revisión detallada sobre centros educativos, escuelas y universidades Vid. Blanco, 1982; Díaz, 1999 y 2015; Pujadas, 2007; Colleldemont, 2007; Domínguez, 2009, 2012; Juan, 2012; León, 2013; Navarro, 2013; Campo-Bueno, 2015; Domínguez et al., 2015.

⁶ Para una revisión más detallada sobre museos virtuales de Educación Vid. Álvarez, 2012; Balsera, 2009; Carreño, 2009.

⁷ Fue alcalde de Guayaquil, diputado, ministro, fundador de la Biblioteca Municipal en 1862 e impulsor del movimiento cultural y educativo.

⁸ Este insigne guayaquileño, nacido el 20 de octubre de 1863, fue historiador, biógrafo, periodista y dirigió durante 17 años la Biblioteca y el Museo Municipal.

⁹ Ministerio de Instrucción Pública de Ecuador. Reglamento de la Oficina Central de Fomento de Instrucción Primaria y Reglamento del Museo Pedagógico Nacional de Ecuador. Imprenta y

Decreto de constitución recogía, asimismo, la reglamentación del nuevo Museo, a través de veinticinco artículos, que se estructuraba en cuatro grandes secciones: Colecciones¹⁰, Biblioteca¹¹, Laboratorios¹² y Publicaciones¹³. Desafortunadamente esta disposición ministerial no llegó a ejecutarse.

Estado actual de la situación museística en Ecuador y política museística

El Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador, constituido en 2007, es el actual ente rector de la política cultural, que, entre otras competencias, tiene asignado la creación y consolidación del Sistema Ecuatoriano de Museos (SIEM) y la Red de Museos Nacionales, que asumía, en gran parte, la herencia de la ingente labor acometida en los años precedentes por el Banco Central ecuatoriano.

El SIEM y la Política Nacional de Museos, nacidas al calor del Primer Encuentro Nacional de Políticas de Museos en 2010 y del Catastro¹⁴ Ecuatoriano de Museos de 2011, se constituían en un órgano integrador y consultivo de planes, programas y proyectos relacionados a la temática museística a nivel nacional y estaba integrado tanto por instituciones museísticas públicas como privadas.

La Política Nacional de Museos se ha centrado en la elaboración de estrategias públicas, dirigida a mejorar el sector museístico nacional, con el objeto de promover la valorización y preservación del patrimonio cultural, orientada a la inclusión social y ciudadana y como un instrumento revitalizador de los museos existentes e impulsor de nuevos centros incentivadores de la diversidad social, étnica y cultural ecuatoriana.

Actualmente el Ministerio de Cultura y Patrimonio administra catorce¹⁵ unidades museísticas de carácter nacional, distribuidas en 9 de las 24 provincias ecuatorianas definidas, desde un punto de vista temático, por un gran predominio del área arqueológica.

El primer Museo Universitario de Ecuador

El Consejo Universitario de la Universidad Central de Ecuador decidía, en 2013, crear un museo general¹⁶, a partir del volumen de objetos importantes —microscopios monoculares, balanzas, sexantes, teodolitos de brújulas, máquinas de escribir, linotipos, etc.— contenidos en sus facultades. Ese proyecto se articulaba en varias etapas: la primera, dedicada a la recuperación de materiales; la segunda, centrada en la investigación y elaboración del catálogo

Encuadernación Nacionales, Quito, 1913. Biblioteca Nacional del Ecuador "Eugenio Espejo", Sig. FER1L005852. También Cfr. Registro Oficial, N° 199, 3 de mayo de 1913. pp. 2156-2159.

¹⁰ Esta Sección estaba subdividida: Mueblaje Escolar; Modelos, proyectos, planos y dibujos de establecimientos ecuatorianos y extranjeros destinados a la enseñanza primaria; Historia Nacional y Americana; Historia Natural; Fósiles; Correo: Colección de timbres postales nacionales y extranjeros; Monedas: Nacionales y extranjeras; Industrias; Trabajos de los aluminios; Miscelánea; y Material científico de enseñanza.

¹¹ Esta sección estaba subdividida en las siguientes subsecciones: obras de cultura general; obras especialmente pedagógicas, divididas en obras teóricas y puramente didácticas; Revistas y publicaciones periódicas de cultura general y especialmente pedagógicas; sección infantil; sección de catálogos; y sección circulante.

¹² Esta sección se dividía en cuatro subsecciones: Psicología, Arqueología, Física y Química.

¹³ Esta sección se encargaría de la publicación de libros y folletos y especialmente de la edición de la Revista de Educación, considerada como órgano oficial del Ministerio de Instrucción Pública y de la enseñanza primaria en general.

¹⁴ Véase Sistema Ecuatoriano de Museos (SIEM), Política Nacional de Museos y Catastro provincial de Museos de Ecuador en 2011 en: <http://sistemaecuarianodemuseos.blogspot.pe/2011/11/siem-y-politicas-de-museos.html>

¹⁵ Museo Nacional de Quito y Museo Camilo Egas Quito en Pichincha; Museo de Esmeraldas en Esmeraldas; Museo de Ibarra en Imbabura; Museo de Riobamba en Chimborazo; Museo de Arqueología y Artes Contemporáneas, Museo Nahím Isaías Barquet y Museo Presley Norton Guayaquil en Guayas; Museo Amantes de Sumpa en Santa Elena; Museo de Manta, Museo de Bahía y Museo de Portoviejo en Manabí; Museo Pumapungo en Azuay; y Museo de Loja.

¹⁶ Diario El Comercio, 2 de noviembre de 2015. Disponible en: <http://www.elcomercio.com/tendencias/primer-museo-universitario-2018-universidadcentral.html>

patrimonial; una tercera, al diseño del guión museográfico y su posterior montaje. Según las previsiones, este Museo Universitario estaría concluido para inicios del 2018, cuyo contenido constaría de cinco ámbitos (histórico, científico, tecnológico, artístico y ciencias naturales).

Los museos en la malla curricular educativa de Ecuador

Los temas patrimoniales-museístico, dada su relevancia en el proceso de enseñanza-aprendizaje (Álvarez, 2008), se han ido incorporando en estas últimas décadas a los currículos de las distintas fases formativas (educación inicial, básica, bachillerato e universitaria). En el caso ecuatoriano esta implementación no se ha cumplimentado todavía, por ello el exministro de Cultura y Patrimonio, Guillaume Long proponía¹⁷, en 2015, incluir una materia sobre museos en la malla curricular de los planteles educativos por su importancia como espacios de apoyo pedagógico. Y en este sentido también hacemos un llamamiento para que la UNAEA considere, en un futuro cercano, la integración en su malla curricular temas patrimoniales y museísticos.

CONCLUSIÓN

El análisis de la situación museística ecuatoriana sobre contenidos educativos y la ausencia de centros dedicados a la preservación de su memoria, junto a la reciente creación de la UNAE, llevó en 2016 a plantear la necesidad de estudio de una propuesta de creación de un Museo Nacional de Educación como un instrumento de preservación, conservación y difusión de la historia pedagógica y educativa ecuatoriana. El conocimiento generado permitirá indagar sobre los contenidos, valores y dinámicas educativas actuales y estimulará un diálogo con el pasado, que contribuirá a diseñar un futuro en esta área, mediante la reflexión, análisis y producción de conocimiento.

La asunción por parte de la UNAE en colaboración la RedCedia de este proyecto ejercerá una labor de recuperación y reconstrucción de la memoria pedagógica, a través de líneas de trabajo encaminadas a fomentar campañas de adquisición y donación de materiales diversos (iconografía escolar, infraestructura, mobiliario, útiles escolares, etc.) y las propias labores de investigación y documentación que fortalecerían la difusión y consolidación del conocimiento tanto en el plano educativo reglado, desde una doble perspectiva, tanto en el proceso formativo de titulados en Educación y en los procesos investigativos a través de Maestría y Doctorado, como en el conjunto social.

En ese sentido, el trabajo realizado hasta el presente cuenta con determinados avances: por un lado, se ha aplicado una experiencia didáctica y de iniciación a la investigación a los alumnos de Segundo Ciclo de Básica de la UNAE a través de una campaña social de recogida de libros de textos (Castellano, 2016) que tendrá como resultado la organización y montaje de una exposición, "Los libros de textos educativos en Ecuador"; se ha gestionado asimismo la donación de un importante fondo bibliográfico, integrado por 18.000 volúmenes, pertenecientes al Instituto Pedagógico Ricardo Márquez Tapia de Cuenca a la UNAE y se está en proceso de negociación tanto con otros centros Pedagógico como con las unidades educativas del país; también se ha emprendido con la colaboración de alumnos la recogida de fuentes orales e historias de vida de profesores como de estudiantes en varias generaciones.

En definitiva, este trabajo va direccionado a recuperar, conservar y estudiar las producciones y bienes patrimoniales educativos, tanto de carácter tangible (materiales etnográficos de la vida escolar) como intangible (testimonios, historia oral y de vida) de la educación ecuatoriana y su memoria colectiva como recurso didáctico y objetivo pedagógico.

Referencias

- Aguiar, A. S. A., & Rodríguez, M. D. C. R. (2013). Una mirada retrospectiva desde el museo escuela del CEP Las Palmas de Gran Canaria. *Cabás*, (10), 173-184.
- Álvarez Domínguez, P. (2012). Museos Virtuales de Pedagogía, Enseñanza y Educación: hacia una didáctica del patrimonio histórico-educativo. *Eari. Educación Artística. Revista de investigación*, (2).

¹⁷ Metro Ecuador, 18 de Mayo de 2015. Disponible en: <http://www.metroecuador.com.ec/noticias/propone-incluir-materia-de-museos-en-malla-curricular-de-educacion/rUroes---K3JOZbBFwCgmM/>

- Andújar, N. G. (2015). El museo Jesús Asensi en el marco de los museos pedagógicos. *Tendencias Pedagógicas*, (26), pp. 287-306.
- Balsera, P. D., & Garmendia, L. M. N. (2016). Espacios y patrimonio histórico-educativo.
- Balsera, P. D., Larrañaga, J. G., Garmendia, L. M. N., et al. (2009). La memoria digital de la educación: Una base de datos sobre historia de la educación en Euskal Herria. In *El largo camino hacia una educación inclusiva: la educación especial y social del siglo XIX a nuestros días: XV Coloquio de Historia de la Educación, Pamplona-Iruñea*, pp. 709-718. Universidad Pública de Navarra.
- Beltrán, C. X. H., & Rincón, C. M. O. (2009). Memoria e historia: recuperar, reflexionar y formar desde el museo pedagógico colombiano. *Pedagogía y saberes*, (30), 91-98.
- Berrio, J. R. (2006). Historia y Museología de la Educación. Despegue y reconversión de los museos pedagógicos. *Historia de la educación: Revista interuniversitaria*, (25), 271-290.
- Blanco, A. G., Marquina, T. S., & Zoreda, L. C. (1982). Museo y Escuela: el museo como instrumento pedagógico. Dos experiencias del Museo Arqueológico Nacional. Curso 1981-82. *Boletín de la Anabad*, 32 (4), pp. 491-519.
- Borroy, V. M. J. (2008). Los secretos del Museo Pedagógico de Aragón. *Foro de Educación*, 6 (10), pp. 495-499.
- Briano, S. L., & Remedios, A. (2015). Museo Pedagógico "José Pedro Varela": Tendiendo Puentes. *Linhas*, 16 (30), pp. 286-300.
- Cabrera Hanna, S. (2013). Sobre ventanas y espejos. Cultura local, museos nacionales y patrimonio cultural ecuatoriano: contribuciones a un debate (todavía) pendiente.
- Campos-Bueno, J. J. (2015). Reflexiones sobre el museo de colecciones de la Universidad Complutense. *Congreso Internacional de Museos Universitarios. Los Museos y Colecciones Universitarias: Tradición y Futuro*, p. 495.
- Carreño, M. (2008). Los nuevos museos de educación, un movimiento internacional. *Encounters on Education*, 9, pp. 75-91.
- Castellano Gil, J.M. (2016). Una experiencia didáctica y de investigación en la UNAE: organización y montaje de una exposición sobre "Los libros de textos educativos en Ecuador". VII Simposio Internacional de Didáctica de las Ciencias Sociales en el Ámbito Iberoamericano. Santiago de Compostela.
- Castellano Gil, J.M. y Brito Román, J.C. (2016). Propuesta de creación del Museo Nacional de Educación de Ecuador en la UNAE. II Congreso Internacional UNAE. (En prensa).
- Collelldemont, E., & Moreu, Á. C. (2007). El Museo Pedagógico Experimental de Barcelona: enclave para una historia de los pequeños museos pedagógicos. *Historia de la educación*, 26, 25.
- Cuesta, R. Memoria, cultura escolar y museización en España. Del Museo Pedagógico Nacional a la actual eclosión y proliferación de centros de la memoria educativa.
- Del Dujo, Á. G. (1985). El Museo Pedagógico Nacional y las corrientes pedagógicas contemporáneas. *Historia de la educación: Revista interuniversitaria*, (4), pp. 169-182.
- Del Río, M. H. (2009). La recuperación del patrimonio histórico-educativo andaluz: una propuesta de ruta histórico-educativa de Málaga. *Isla de Arriarán: revista cultural y científica*, (33), pp. 279-290.
- Díaz, C. A., & Rico, A. P. (2009). La recuperación del patrimonio histórico-educativo valenciano. In *El largo camino hacia una educación inclusiva: la educación especial y social del siglo XIX a nuestros días: XV Coloquio de Historia de la Educación*, Universidad Pública de Navarra, pp. 579-590).
- Díaz, J. A. (1999). Los museos pedagógicos: la iniciativa de la Escuela Universitaria de Formación del Profesorado de la Universidad Autónoma de Madrid. *Tendencias pedagógicas*, (4), pp. 117-128.
- Díaz, J. A. (2015). El Museo de la Educación de la Facultad de Formación de Profesorado y Educación Universidad Autónoma de Madrid. *Congreso Internacional de Museos Universitarios. Los Museos y Colecciones Universitarias: Tradición y Futuro*.
- Díaz, J. A. (2015). Los museos pedagógicos: la iniciativa de la escuela universitaria de formación del profesorado de la universidad autónoma de Madrid. *Tendencias Pedagógicas*, (4), pp. 117-128.
- Domínguez, P. Á. (2008). Espacios educativos y museos de pedagogía, enseñanza y educación. *Cuestiones pedagógicas: Revista de ciencias de la educación*, (19), pp. 191-205.
- Domínguez, P. Á. (2009). Actividades académicas y científicas del Departamento de Teoría e Historia de la Educación y Pedagogía Social. *Cuestiones Pedagógicas*, 19(2008), 357-369.

- Domínguez, P. Á. (2009). El Museo Pedagógico Andalúz como catedral virtual de la memoria histórico-educativa de Andalucía. *Foro de Educación*, (11), pp. 275-286.
- Domínguez, P. Á. (2010). El conocimiento y difusión del patrimonio histórico-educativo de Andalucía en internet a través del Museo pedagógico andalúz. *Cabás*, (3), 3.
- Domínguez, P. Á. (2010). La difusión e interpretación del patrimonio cultural e histórico-educativo como tema de estudio en el Centro de Formación Permanente de la Universidad de Sevilla. *Cabás*, (3), 7.
- Domínguez, P. Á. (2011). La recuperación del patrimonio histórico-educativo. Museos de pedagogía, enseñanza y educación y posibilidades didácticas. *Cabás*, (5), 4.
- Domínguez, P. Á. (2012). Cultura escolar y patrimonio histórico educativo. *Cuestiones pedagógicas: Revista de ciencias de la educación*, (22), pp. 7-14.
- Domínguez, P. Á., Gil, M. N., & Espinosa, M. J. R. (2012). Viaje hacia una realidad inacabada: El Museo Pedagógico de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla. *Cabás*, (8), pp. 157-176.
- Domínguez, Pablo Álvarez; RICO, Andrés Payà (2015). Los museos pedagógicos universitarios en España. *Congreso Internacional Museos Universitarios, Tradición y Futuro*. pp. 237-242.
- Esteban Blanco, I. (2014). Utilidad de los museos pedagógicos en la formación inicial del profesorado. Elaboración de un programa para la vinculación del museo pedagógico "La última escuela" de Otones de Benjumea con la Facultad de Educación de Segovia.
- Frago, A. V. (2011). El patrimonio histórico-educativo: memoria, nostalgia y estudio. *Conciencia social: anuario de didáctica de la geografía, la historia y las ciencias sociales*, (15), pp. 141-148.
- Fraile, P. H. (1987). Museo pedagógico nacional. *Boletín de la Anabad*, 37 (4), pp. 615-620.
- Franco, M. B., & Torres, J. R. (2016). La memoria educativa y pedagógica como modelo didáctico para la formación inicial del profesorado. *MULTIárea. Revista de didáctica*, (7), pp. 147-166.
- Fustes, E. C. (2012). La memoria de la escuela como recurso educativo: el caso del Museo pedagógico de Galicia. *Cuestiones pedagógicas: Revista de ciencias de la educación*, (22), pp. 103-116.
- Gálvez, I. E. Ruiz Berrio, J. (ed.) (2010). El patrimonio histórico-educativo. Su conservación y estudio. Madrid: Biblioteca Nueva-Museo de Historia de la Educación Manuel B. Bordón. *Revista de Pedagogía*, 63 (1), pp. 177-179.
- García del Dujo, Á. (1983). El Museo Pedagógico de Madrid a la luz de los museos europeos. *Historia de la educación*, 2, 41.
- García, J. P. M. El Museo Pedagógico "Temístocles Salazar" en la Universidad de Los Andes-Táchira.
- García, S. V. (2001). La instrucción popular en los museos: el museo de La Plata a fines del siglo XIX y principios del XX. *Museo*.
- González, G. G. (1999). Rayas, un Museo y Archivo de la Educación. *Boletín Millares Carlo*, (18), pp. 207-228.
- Hoz, V. G. (1980). La educación en la España del siglo XX. *Revista Española de Pedagogía*, pp. 99-120.
- Jiménez Jiménez, M. Á. (2015). Museísmo pedagógico.
- Juan, V. (2012). El Museo Pedagógico de Aragón. *Cabás*, (7), pp. 5-9.
- Juárez, J. P. Museo del Niño, 1987-2009.
- León, M. M. D. J. P. (2013). Primeras jornadas sobre patrimonio histórico educativo "Pensar y sentir la escuela". *CPU-e, Revista de Investigación Educativa*, (16), pp. 142-150.
- Linares, M. C. (2015). Educar con los objetos. Museos pedagógicos en la historia de la educación argentina (1880-2005). *Historia de la Educación. Anuario*, 15 (2).
- Loor, L. A. Museología, Políticas Públicas e Inclusión Social en el Ecuador. *Ficha catalográfica elaborada pela biblioteca do MAST*, 160.
- López, S., & Bottale, S. L. Título: "El Museo Pedagógico de Rosario".
- López-Ruiz, D. Creación e implementación de una Red de Museos Escolares como complemento pedagógico en el sistema educativo.
- Martín Fraile, B. (2011). Aprender a pensar y saber hacer. La formación de los futuros maestros.
- Martínez, L. V., & Tosi, R. M. B. Influencia de las estrategias museísticas en la función educativa y en la gestión del conocimiento. Caso Museo "Fray Pedro Gocial" de la ciudad de Quito, Ecuador.

- Martínez, P. L. M. (2015). El Centro de Estudios sobre la Memoria Educativa (CEME) de la Universidad de Murcia: una aventura académica en curso. *Cabás*, (14), pp. 173-187.
- Morán, B. F. H. (2014). La musealización del Patrimonio Histórico Educativo en Zamora. *Cabás*, (11).
- Moreno Martínez, P. L. (2015). La historiografía del patrimonio educativo en España: un balance crítico. *Educar em Revista*, (58), pp. 87-102.
- Moreno, F. G. (2003). La exposición temporal como precedente del Museo permanente. *Museo: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España*, (8), pp. 177-185.
- Navarro, A. V., García, L. A. F., Vega, J. D. S., & Núñez, V. C. (2013). El Museo de la Educación de la Universidad de La Laguna: Recordar el pasado para valorar el presente. *Cabás*, (10), pp. 185-196.
- Navarro, A. V., Puerto, J. S., & García, L. A. F. (2008). El Museo de la Educación de la Universidad de La Laguna en el contexto actual de la museística pedagógica española. *Curriculum: Revista de teoría, investigación y práctica educativa*, (21), pp. 185-196.
- Peleteiro, M., García, R., & Talerico, I. (2008). Recorriendo un largo camino a casa: memoria escolar, identidad docente y resistencia cultural a través de itinerario del patrimonio de la ENS N° 7" José María Torres". *Primeras ornadas de recuperación del patrimonio histórico educativo: itinerarios de la memoria escolar*.
- Pintado, A. M. (1987). El modelo de maestro en el pensamiento de la Institución Libre de Enseñanza. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, pp. 7-22.
- Pujadas, E. C., & Calvo, A. C. M. (2007). El Museo Pedagógico Experimental de Barcelona: enclave para una historia de los pequeños museos pedagógicos. *Historia de la educación: Revista interuniversitaria*, (26), pp. 471-482.
- Rodríguez, T. R. (2013). Panorama de los museos en Iberoamérica. Estado de la cuestión. *Museos. es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*, (9), pp. 190-195.
- Sánchez, J. A. (2007). Museos, memoria e identidad afroecuatoriana. *Iconos: Revista de Ciencias Sociales*, (29), pp. 123-131.
- Santana, A. G. Hacia un Modelo de buenas prácticas para un Museo Virtual 2.0 de Pedagogía, Enseñanza y Educación interactivo y de calidad Towards a best practise model for a 2.0 Virtual, interactive and quality Educational, Training & Education Museum.
- Somoza Rodríguez, M. (2011). Musealización del patrimonio educativo de los institutos históricos de Madrid. Propuestas para un museo virtual. *Arbor*, 187 (749), pp. 573-582.
- Urtaza, E. M. O. (2013). La relación de la Institución Libre de Enseñanza con los Estados Unidos. Los libros del Museo Pedagógico Nacional como fuente de aproximación. In *La Constitución de Cádiz: genealogía y desarrollo del sistema educativo liberal. XVII Coloquio Nacional de Historia de la Educación*, pp. 129-140.

CURRICULUM DR. JOSÉ MANUEL CASTELLANO GIL (PhD)

Doctor en Historia por la Universidad de La Laguna (España) con la máxima calificación de CUM LAUDE y PREMIO EXTRAORDINARIO DE DOCTORADO. ExDirector de Museo y autor de casi una treintena de libros y más de un centenar de artículos, tanto en revistas especializadas como generalistas, coordinador de diversas publicaciones, ha impartido diversas conferencias, cursos especializados y ha participado en más de una veintena de Congresos de carácter nacional e internacional.

Ha obtenido diversos premios de investigación de rango nacional e internacional. Ha sido miembro de diversos proyectos de investigación financiados por el gobierno de la Comunidad Autónoma de Canarias, la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología del gobierno de España y de la Unión Europea.

La Asamblea del Poder Popular de la República de Cuba le otorgó la "Distinción por la Cultura Nacional cubana" (2000) por su contribución en temas históricos y culturales. Ha formado parte del Programa Prometeo como investigador (2013-2014) y la Dirección Provincial de Cultura de El Oro (Ecuador) le concedió la "Presea Filantropía Cultural" en 2015.

Y actualmente es Profesor Titular y Coordinador de Investigación de la Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE).

CURRICULUM JUAN CARLOS BRITO ROMAN

Magister y Profesor Titular de la Universidad Nacional de Educación de Ecuador.

CURRICULUM ANGEL BOLIVAR FAJARDO PUCHA

Ayudante de investigación de la Coordinación de Investigación de la Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE) y miembro investigador del proyecto de Creación del Centro Documental y Museo Nacional de Educación del Ecuador.

EL DISEÑO GRÁFICO COMO DIVULGADOR DEL PATRIMONIO CULTURAL. EXPOSICIÓN DE CASOS

Rosana Bazaga Sanz¹
Doctoranda en Educación y Comunicación Social
Universidad de Málaga
r.bazagasanz@gmail.com
orcid.org/0000-0003-0421-1481

RESUMEN

El papel del diseño gráfico como vehículo divulgador del patrimonio cultural cobra su máximo sentido en un momento en el que la generación de símbolos globales y despersonalizados provocan la desubicación del individuo. La oportunidad de reconectar con nuestro legado a través de herramientas visuales evidencia la responsabilidad del comunicador visual a la hora de dialogar con su entorno y transformarlo. Con el objetivo de mostrar de manera práctica y gráfica los procesos a través de los cuales se produce este fenómeno, exponemos los casos de los diseñadores Pepe Gimeno, Vanessa Zúñiga, Germán Salamanca y Ana Carnicer, profesionales que han utilizado su trabajo para incorporar en nuestra iconosfera referencias históricas y culturales relacionadas con nuestro patrimonio.

PALABRAS CLAVE: diseño gráfico; comunicación; cultura visual; patrimonio cultural; identidad

INTRODUCCIÓN Y MARCO TEÓRICO

En una sociedad predominantemente visual, donde es la imagen la que conforma en gran parte nuestro universo simbólico, se hace indispensable reconducir el debate de lo social hacia aquellos instrumentos que contribuyen a la construcción del mismo. Los medios de comunicación, la publicidad, las redes sociales, etc., constituyen elementos esenciales dentro de lo que se conoce como cultura visual. Para Hernández (2005) este concepto nos ofrece la posibilidad de “repensar el papel de las representaciones visuales del presente y del pasado y las posiciones visualizadoras de los sujetos”, centrándonos más en la subjetividad que producen las imágenes que en su lectura (Hernández en Melenje, 2014). El diseño gráfico, en este contexto, se postula como una herramienta de comunicación cuyo rol y funciones quedan cuestionados debido a los nuevos enfoques y planteamientos relacionados con el cambio social.

Si bien es necesario partir de delimitaciones terminológicas que nos hagan más fácil contextualizar nuestra investigación, la interdisciplinariedad de fenómenos donde se yuxtapone lo social, lo cultural y lo visual, hacen de esta pretensión una labor más de elección que de esfuerzos totalizadores. Por esta razón, nos alejaremos de aquellas definiciones que engloban diferentes perspectivas del concepto para escoger aquellas que lo resumen o abordan de manera que resalten los rasgos más

¹ Rosana Bazaga Sanz es licenciada en Publicidad y RR.PP. por la Universidad de Málaga, Máster en Representación y Diseño en Ingeniería y Arquitectura, y doctoranda del programa de Educación y Comunicación Social en la misma universidad. Profesionalmente se dedica al diseño gráfico y a la comunicación, y académicamente cuenta con varias publicaciones especializadas en la comunicación y el patrimonio. Es miembro del grupo de investigación HUM 576. Lenguaje visual y diseño aplicado de la Universidad de Málaga, y desde 2011 es coordinadora y maquettadora de la revista científica especializada en diseño *i+Diseño*, perteneciendo asimismo a su comité editorial.

interesantes para el estudio. Este sesgo no implica una disminución en la rigurosidad, sino una selección práctica que nos permite ser más certeros en nuestro análisis.

Para Ríos (2008:44) el diseño gráfico, como vocablo, hace tiempo que se volvió insuficiente a la hora de definir el trabajo realizado en el campo de la comunicación visual. La autora prefiere hablar de un *diseño visual* encargado de “transformar la información en estructuras visuales”. A este respecto Costa (1998) señala la labor del diseñador gráfico, el ilustrador, el esquematista o el comunicador visual como traductores de lo invisible, visibilizando y haciendo comprensibles realidades que de otra forma serían inaccesibles al ojo humano. En este proceso se produce lo que el autor llama “mediación didáctica”, una puesta en común de conocimientos a través de medios gráficos, o sea, un hecho comunicativo.

El concepto que se tiene sobre el diseño es cada vez más inclusivo. Papanek (2014) entiende éste como la actividad *primera* del hombre en el sentido de que constituye la base de todo lo que hacemos: “el esfuerzo consciente para establecer un orden significativo”. Sin embargo, a pesar de esta manera casi clásica² de entender el diseño, donde éste se plantea como el estadio anterior a la ejecución de una acción visual, Papanek reflexiona profundamente sobre el lugar y la función del diseño en el contexto contemporáneo, llegando a la conclusión de que por encima de todo el diseño ha de ser significativo y funcional, es decir, debe poseer un significado y cumplir el propósito para el que fue creado. En este planteamiento no existe el debate dicotómico entre funcionalidad y estética, ya que esta última se considera desde el principio parte inherente a la función.

El complejo funcional de Papanek (ver fig.1) recoge una serie de factores que han de tenerse en cuenta desde un punto de vista procedimental a la hora de acometer con éxito un proyecto de diseño. El esquema plantea cuestiones que deben ser resueltas por el diseñador: ¿el objeto diseñado sirve para lo que se diseñó?, ¿satisface alguna necesidad?, ¿refleja las condiciones socioeconómicas que lo rodean? (telesis), ¿se han tenido en cuenta valores asociacionales? (por ejemplo los iconográficos), ¿posee un aspecto conmovedor? (dimensión estética), ¿los materiales, herramientas, procesos... son los adecuados?

Este trabajo de síntesis metodológica pone en valor la importancia del proceso en su conjunto. Tal y como afirma Tapia (2004), el diseño debe ser una actividad integradora, capaz de facilitar la comprensión del entorno a través de la asimilación previa de diversas disciplinas por parte del diseñador. Nos encontramos en un momento sinérgico, donde las circunstancias surgidas de la suma de elementos como las nuevas tecnologías, los procesos culturales y los cambios sociales plantean nuevos problemas y desafíos. El papel del diseñador ante esta situación se torna crucial como modificador social.

El diseño, y en concreto el diseño gráfico, es una potente arma de comunicación. Sus funciones, tal y como hemos señalado, buscan la transformación del entorno, el cambio a través del aprendizaje. Papanek (2014:108) lo resume afirmando que “todo diseño es una forma de educación”, señalando hacia la idea de que el diseño se ha convertido en una de las mejores maneras de desarrollar lo que los expertos llaman *aprendizaje informal*, fuera de entornos tradicionales de enseñanza como escuelas o libros de texto.

² Montijano (2010:40) estudia los orígenes del término señalando como primera fuente a Cennino Cennini, autor del *Trattato della pittura messo in luce per la prima volta con annotazioni del Cavaliere Giuseppe Tambroni* escrito a finales del s.XIV. En él, Cennini se refiere al *disegno* como “una imagen mental que mediante la buena práctica se traduce exteriormente en el objeto artístico según la *maniera* de cada cual”.

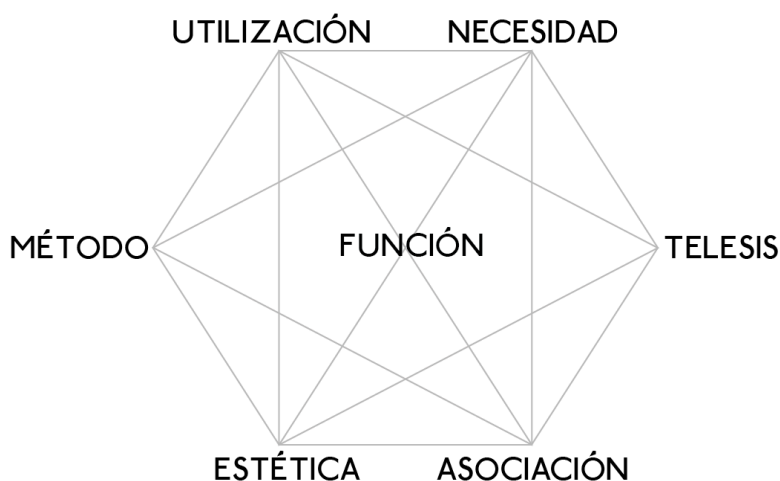


Fig.1. Complejo Funcional

Aprovechar las posibilidades pedagógicas que presenta el diseño y relacionarlas con los problemas actuales de la sociedad³ supone un reto para el diseñador. En palabras de Melenje (2014), se debe realizar “una reflexión más coherente con el momento histórico en el que nos encontramos”. El papel de interlocutor supone establecer el camino visual entre determinados tipos de realidades y la población. En este nexo es donde el poder del diseño gráfico como herramienta para la divulgación científica, histórica o artística cobra relevancia, y donde se pueden plantear proyectos alejados de intereses mercantilistas, corporativistas o privados.

El patrimonio cultural pertenece a ese tipo de realidades invisibles que necesitan canalizarse hacia la sociedad a través de mensajes visuales. Es aquí donde la capacidad del diseñador como intérprete y divulgador de información se vuelve valiosa, no sólo en el ejercicio de revalorización de bienes patrimoniales vulnerables como el arqueológico, sino en la creación de identidades a través de la construcción o rescate de símbolos locales.

A continuación vamos a exponer algunos casos donde el diseño gráfico ha servido para vehicular un mensaje con contenido patrimonial. Como veremos cada diseñador se ha enfrentado a las cuestiones propuestas por el complejo funcional anteriormente expuesto de manera diferente, ya que las motivaciones y las necesidades han sido distintas en cada proyecto, sin embargo en todos apreciamos un ejercicio de conexión entre el receptor del mensaje y el referente histórico-artístico.

EXPOSICIÓN DE CASOS

1. El corral de Sous. Pepe Gimeno⁴

El Corral de Saus es el nombre elegido para una marca productora y embotelladora de aceite de oliva virgen. El proyecto fue encargado al estudio del diseñador en 2014 y tuvo como objetivos la creación del nombre de la marca (*namings*) así como el diseño del logotipo y las etiquetas para las botellas.

³ “La función primordial del diseñador consiste en solucionar problemas. Lo cual significa, en mi opinión, que el diseñador tiene que darse cuenta mejor que otros de cuales son los problemas que existen.”(Papanek, 2014:154).

⁴ Pepe Gimeno es un diseñador gráfico, tipógrafo y artista español de reconocido prestigio. Destacan sus trabajos para la empresa Roca, LLadró o Bancaja. Actualmente se encuentra al frente de su estudio Pepe Gimeno. Proyecto gráfico, en Valencia, España.

A la hora de crear el símbolo, Gimeno tuvo en cuenta la historia y antigüedad de los olivos de los que se extraía el aceite, así como la existencia de unas figuras femeninas encontradas en 1971 en el mismo olivar. El yacimiento formaba parte de un conjunto funerario perteneciente a una necrópolis íbera que los especialistas dataron entre los siglos V y III antes de Cristo. El nombre que en aquel momento se escogió para bautizar el hallazgo fue El Corral de Saus, en alusión al nombre del propietario. Gimeno tuvo claro que en torno a este referente debía construirse el proyecto.



Fig. 2. Diferentes etiquetas diseñadas para las botellas de aceite El Corral de Saus

El proceso gráfico de creación del logotipo comenzó con el estudio de una de las figurillas encontradas, Gimeno (2017) lo describe de la siguiente manera:

A la damita que intentábamos convertir en marca le queríamos mantener su carácter hiératico y arcaico pero sumándole además una imagen tierna, fresca y llena de vida. Ese era nuestro reto. Empezamos por analizar e interpretar el rostro, el peinado, el vestido, los complementos, las joyas y la flor que llevaba en su mano izquierda. [...] Una vez definidos estos elementos trabajamos el carácter de tótem que queríamos mantener. [...] Por ello fuimos aumentando el tamaño de la cabeza con respecto al resto del cuerpo. De esta manera también conseguíamos que se visualizara con mayor claridad la expresión de la cara, que pretendíamos que aportara dulzura, serenidad y delicadeza.

Para el diseñador este trabajo supuso el rescate de la obra de un artista que fue realizada hace miles de años. Como él mismo argumenta en *El Intercambiador Express*, “Ahora, transcurrido un cierto tiempo [...], tengo la sensación de que me sentí más cerca de él que de muchos de mis contemporáneos con los que comparto época, país y cultura.”

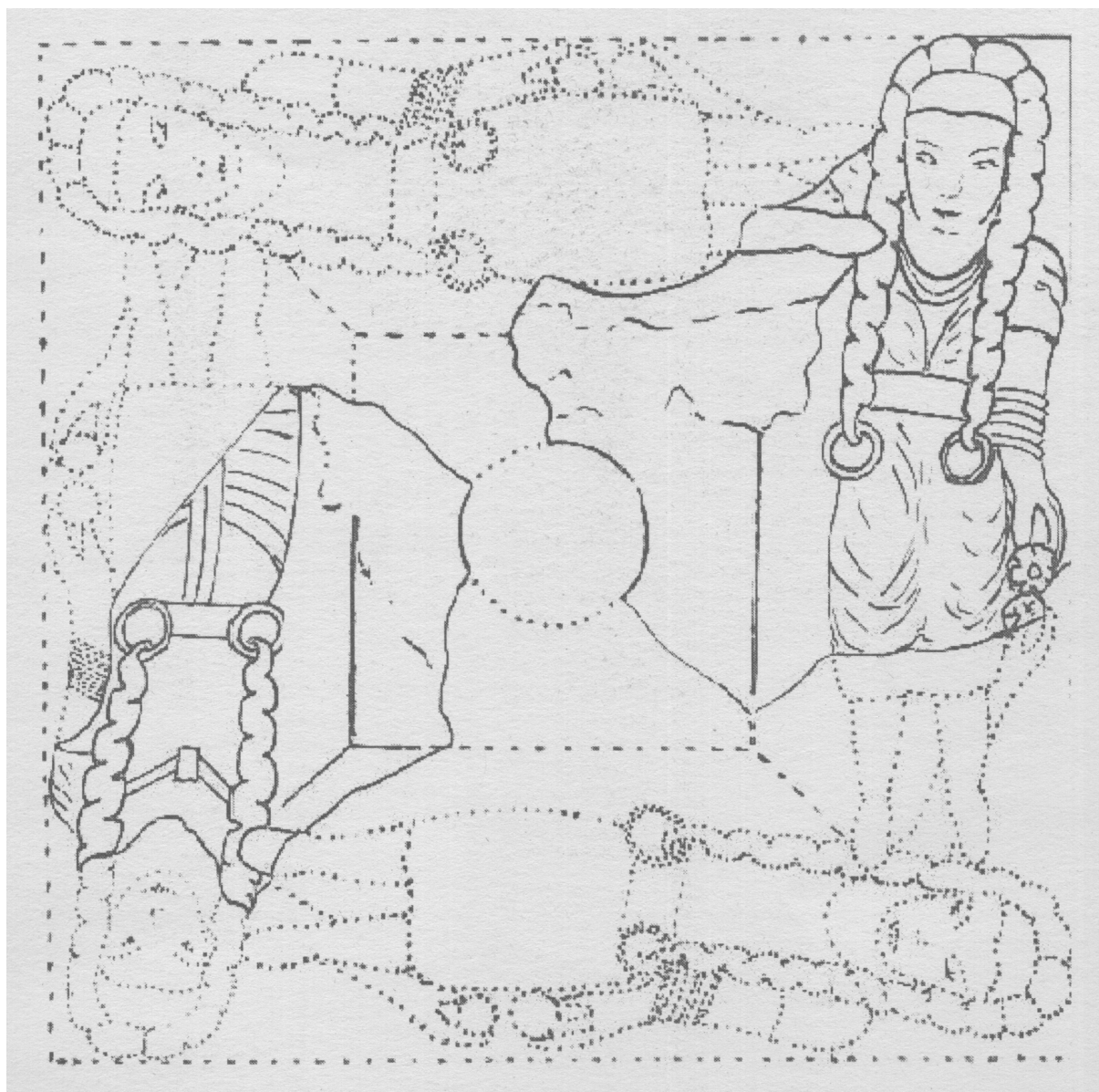


Fig. 3. Calco arqueológico o dibujo sobre original

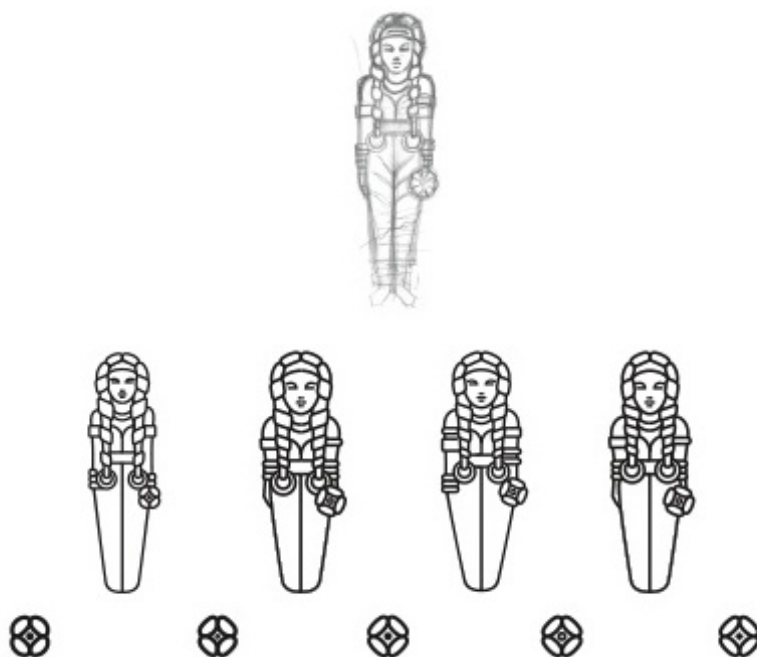


Fig. 4. Boceto previo a la construcción del símbolo y proceso posterior



Fig. 5. Fotografía de la estatuilla y diseño posterior

2. Abya Yala y Amuki. Vanessa Zúñiga⁵

El interés de Vanessa Zúñiga por estudiar y recuperar el patrimonio visual andino comenzó con su labor investigadora durante su etapa como alumna de diseño en la Universidad de Palermo en Buenos Aires, Argentina. La culminación de esta investigación fue la obra *Aproximación a un vocabulario visual básico andino* donde realizó un pormenorizado análisis morfológico y semiótico de signos visuales de piezas arqueológicas custodiadas en el Banco Central del Ecuador de las ciudades de Cuenca y Loja y otros museos privados análogos. Zúñiga extrajo signos no verbales presentados en artefactos conceptuales precolombinos pertenecientes a territorios de culturas indígenas, estableciendo “formaciones discursivas que contribuyan al enriquecimiento del imaginario visual ecuatoriano” (Zúñiga, 2012).



Fig. 6. Detalles de portada e interior de *Crónicas Visuales del Abya Yala*

⁵ Vanessa Zúñiga es una diseñadora ecuatoriana que ha enfocado su carrera académica y profesional en el estudio, rescate y puesta en valor de los signos visuales de las culturas originarias del Ecuador.

Las *Crónicas Visuales del Abya Yala* es un proyecto, continuación de su anterior trabajo, en el que desarrolla distintos experimentos visuales basados en los signos visuales estudiados. Uno de los objetivos principales es demostrar cómo estos signos pueden ser re-apropiados y re-significados en nuevos contextos que devengan en una puesta en valor del patrimonio andino. Entre los recursos desarrollados en el proyecto encontramos tipografías, patrones e iconos entre otros.



Fig. 7. Fotografía extraída del catálogo de Rukuyaya en su tienda *online*. Detalle de calzado

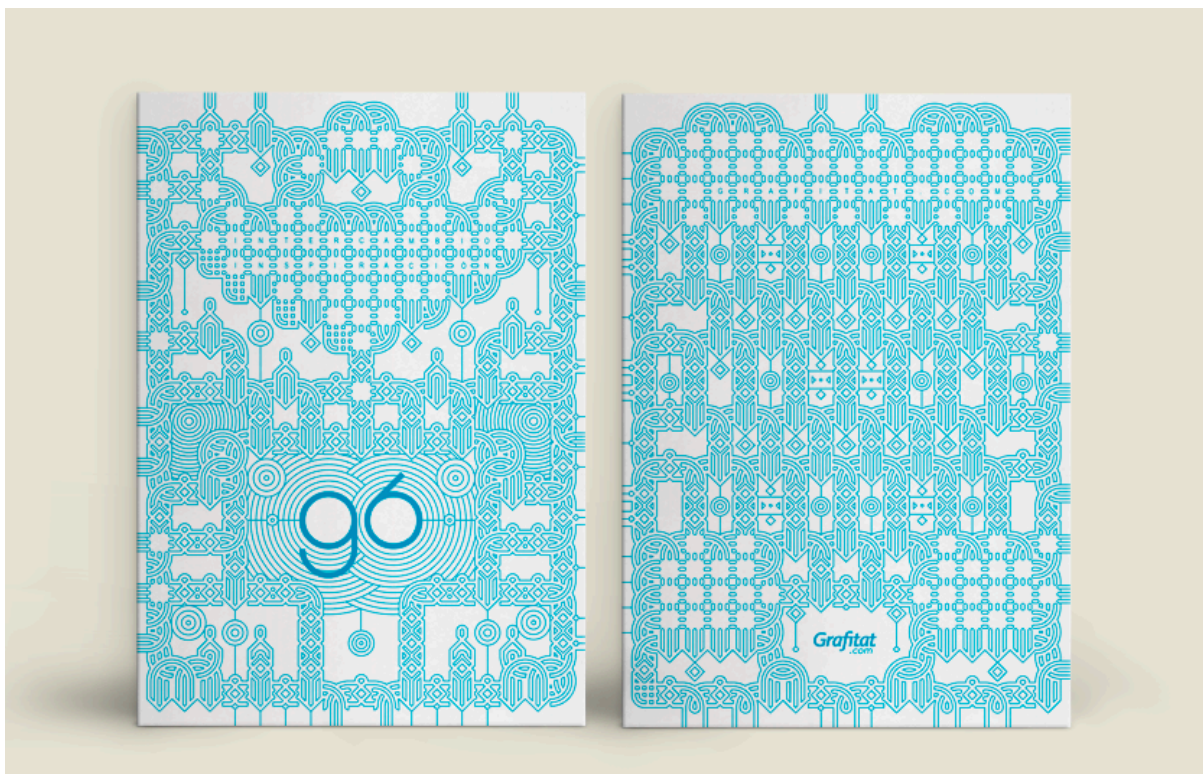


Fig. 8. Diseño de portada y contraportada de *dossier* diseñadas para www.grafitat.com.

Amuki es el nombre que la diseñadora utiliza para su estudio de diseño. Como profesional ha desarrollado proyectos donde ha podido implementar los signos y patrones que previamente había estudiado. Destaca la creación de una tienda *online* donde comercializa productos realizados con

estampados basados en las *Crónicas Visuales del Abya Yala*. Bajo el nombre de Rukuyaya desarrolla una propuesta que integra productos contemporáneos de uso diario junto con diseños y motivos ancestrales.

Como diseñadora destacamos su trabajo en identidad corporativa, donde sigue utilizando referencias y mensajes patrimoniales reapropiados para fines específicos.



Fig. 9. Fotografía extraída del catálogo de Rukuyaya en su tienda *online*. Detalle de camiseta



Fig. 10. Logotipo diseñado para empresa ecuatoriana dedicada a la fabricación de productos naturales para el cuidado personal

3. La Ruta del Guarapo. Germán Salamanca⁶

Este proyecto constituye un ejercicio de diseño editorial como transmisor de patrimonio cultural local. La Ruta del Guarapo es un trabajo de investigación sobre las prácticas culturales que se derivan de las actividades de producción y consumo del guarapo⁷ en la zona de Puelenje y Torres, en Popayán, Colombia.

La Ruta del guarapo es un proyecto editorial y de ilustración que propone una mirada crítica y reflexiva sobre la realidad de Popayán (Colombia) como escenario de manifestaciones culturales y tradiciones diversas, que no se agotan en la oficialidad, siendo así posible y válido rastrearlas en las actividades cotidianas de su gente, en los sectores populares de la ciudad y en sus zonas rurales periféricas, donde se evidencia hasta hoy con más fuerza la influencia de esta bebida fermentada (Salamanca, 2017).



Fig. 11. Portada del cuaderno diseñado por Germán Salamanca y logotipo del proyecto

Como indica Melenje (2014), profesora del Departamento de Diseño de la Universidad del Cauca en Colombia, al que también pertenece el autor de la propuesta, Salamanca adopta para esta investigación una perspectiva histórica que implica por un lado una rigurosa documentación

⁶ Germán Salamanca es un diseñador gráfico e investigador perteneciente al grupo interdisciplinario de investigación Artes 2000 de la Universidad del Cauca en Popayán, Colombia.

⁷ En Colombia, bebida derivada del jugo de caña.

bibliográfica y por otro un trabajo de campo en el que son implicados los diferentes actores de la comunidad involucrados en el proceso. La recopilación de elementos vivenciales junto con testimonios, y la comprensión profunda de aquellos factores intervinientes en la fabricación y consumo del guarapo, permiten la posterior plasmación gráfica que visualiza una realidad desconocida para muchos pero que supone una manifestación muy importante de patrimonio de la cultura popular colombiana.

La metodología escogida por el investigador se estructura a modo de recorrido emocional donde se cartografían los lugares relacionados con esta práctica cultural. El resultado es una *libreta de apuntes* donde a través de lo vivencial, la ruta, el viaje y los mapas, y fruto de un diálogo profundo con el entorno, se conforma un artefacto constructor de memoria e identidad.



Fig. 12. Interior del cuaderno

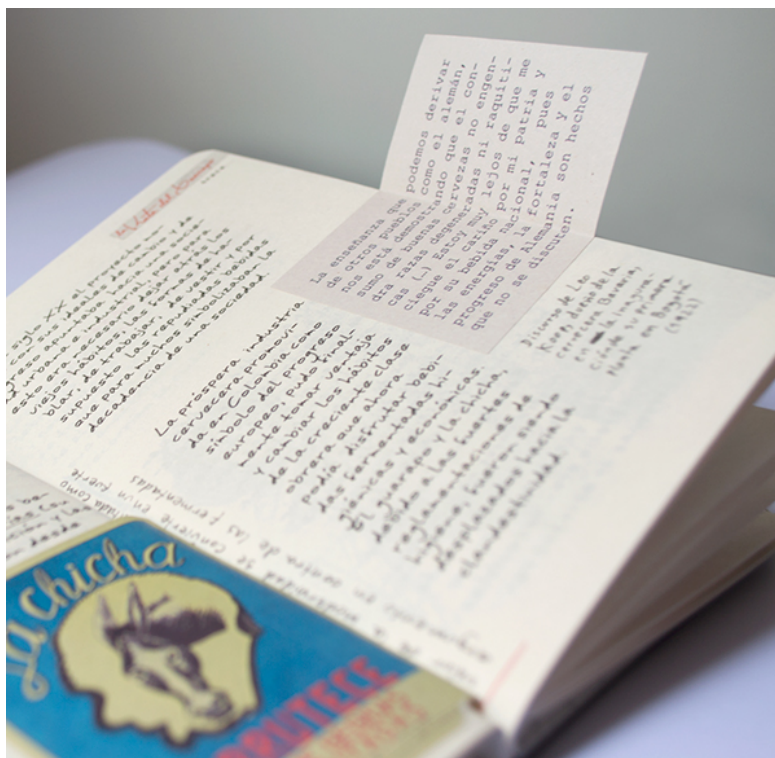


Fig. 13. Interior del cuaderno

4. Red Patrimonio Guadalteba. Ana Carnicer⁸

La Red Patrimonio Guadalteba es la marca bajo la que ocho municipios malagueños (Almargen, Ardales, Campillos, Cañete la Real, Carratraca, Cuevas del Becerro, Sierra de Yeguas y Teba) aúnan y difunden su patrimonio. El proyecto comprende una red de espacios naturales, yacimientos arqueológicos y centros de interpretación que articulan una oferta turística de corte cultural como alternativa a la conocida como *de sol y playa*.



RED PATRIMONIO GUADALTEBA

Fig. 14. Logotipo diseñado para la Red Patrimonio Guadalteba

⁸ Ana Carnicer es diseñadora gráfica. Actualmente desarrolla su profesión en su estudio gráfico www.anacarnicer.es en Algeciras, Cádiz.

Ana Carnicer fue la encargada de realizar tanto el diseño de la marca central como los diseños para cada enclave turístico. Para acometer esta labor se tuvieron en cuenta los elementos más significativos de cada zona. Además, para facilitar la interpretación de los pictogramas se estableció un código de color según la naturaleza del lugar de interés. Es de resaltar la traslación gráfica que realiza la diseñadora para *traducir* a un lenguaje visual, accesible y de simplicidad cromática los diferentes elementos seleccionados como representativos de los yacimientos y enclaves. En un ejercicio de abstracción y síntesis, la autora potencia el poder comunicacional del símbolo. Esta construcción de piezas iconográficas supone un ejemplo de la utilización de recursos patrimoniales para la divulgación de los mismos.



Fig. 15. Ejemplos de pictogramas diseñados por Carnicer junto con referencias fotográficas

DISCUSIÓN

Los casos aquí expuestos son un ejemplo claro del poder comunicador del diseño gráfico como vehículo de informaciones y contenidos de alto valor social. El papel del diseñador hoy en día debe ser mucho más activo y responsable, sobre todo en un momento en el que como afirma Melenje (2014) “las prácticas cotidianas están cada vez más atravesadas por el diseño”. Como comunicadores visuales adoptar posturas cómodas o pasivas supone no comprender la dimensión trascendental del diseño. Encontrar problemas nuevos a través de la formulación de nuevas preguntas, en un contexto en continua transformación y cambio, es una labor fundamental si queremos avanzar como sociedad.

En el caso del patrimonio cultural nos encontramos ante un conjunto de bienes que por definición son susceptibles de ser dañados, alterados u olvidados, necesitando de protección expresa para su conservación. El valor del patrimonio para nosotros como grupo social está muy relacionado con la generación de identidad. En una época de símbolos globales y procesos de homogeneidad, lo local, lo particular y lo diferente se vuelve indispensable para la supervivencia moral del individuo. Max Weber, en su obra *Economía y Sociedad*, explica cómo el avance de la racionalidad imperante en occidente implica un retroceso de “aquellas imágenes del mundo —filosóficas o religiosas— que habían cumplido una función de cohesión social en épocas pasadas” (Cortina, 2008:110). Este vacío, que muchas veces toma forma de desconexión con nuestro pasado, provoca en las sociedades un desencantamiento que conmina al ser humano a realizar una re-significación del mundo en pos de otorgar un sentido trascendental a su propia existencia (Granado, 2011). La perspectiva radical (en un sentido etimológico de vuelta a la raíz) ayuda a la reubicación del individuo en medio de la crisis de valores que muchos relacionan con un cambio de paradigma mundial.

La pulsión escópica, esto es, el deseo que el ser humano tiene por mirar, ha desembocado en lo que Gubern (1992) denomina *iconosfera*, un ecosistema comunicacional donde el diseño gráfico es una herramienta activadora y performativa dentro de procesos sociales y culturales (Bazaga, 2017). Apelar a la función persuasiva del diseño gráfico y a su poder para impeler a la acción, así como, en palabras de Melenje (2014), dejar de alimentar tendencias vacías utilizando todo el repertorio simbólico de las culturas y contextos para los que se diseña, es el planteamiento base desde el que proponer nuevos usos y funciones del diseño para la mejora y evolución de nuestra sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- AYALA, F. J. (2012). Red Patrimonio Guadalteba. Comentarios al diseño gráfico Ana Carnicer. *i+Diseno*, 7, 68-80.
- BAZAGA, R. (2017). El diseño gráfico como vehículo de difusión del patrimonio arqueológico. Propuesta para la creación de un recurso digital. *Telos. Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 106, 112-119.
- CORTINA, A. (2008). *La Escuela de Francfort. Crítica y utopía*. Madrid: Editorial Síntesis.
- COSTA, J. (1998). *La esquemática. Visualizar la información*. Barcelona: Paidós.
- GIMENO, P. (2017). El corral del Saul. *El intercambiador Express*. 3, 8-9.
- GRANADO, V. (2011). En la oscuridad o la razón en el laberinto: de la búsqueda del sentido en nuestros días. *Daimon. Revista Internacional de Filosofía*, 4, 313-322.
- GUBERN, R. (1992). *La mirada opulenta*. Barcelona: Gustavo Gili.

HERNÁNDEZ, F. (2005). ¿De qué hablamos cuando hablamos de Cultura Visual? *Educação & Realidade*. 30 (2), 9-34.

MELLENJE ARGOTE, A. (2004). Diseño Gráfico, Cultura Visual e identidades locales. *Cuadernos Del Centro de Estudios de Diseño Y Comunicación*, 47, 163-180.

MONTIJANO, J. M^a. (2010). El disegno en los siglos XVI y XVII. *i+Diseño*, 2, 39-46.

PAPANEK, V. (2014). *Diseñar para el mundo real*. Barcelona: Pol-len edicions.

RÍOS MOYANO, S. (2010). Diseño, Estética y Cultura Visual. *HUM375. Papeles de cultura contemporánea*. 11, 44-49.

TAPIA, A. (2014). *El diseño gráfico como espacio social*. México: Editorial Designio.

ZÚÑIGA, V. (2012). *Aproximación a un Vocabulario Visual Básico Andino. Análisis morfológico y semiótico*. Saarbrücken (Alemania): Editorial Académica Española.

WEBGRAFÍA

Gimeno Gràfic. Disponible en <http://www.gimenografic.com/es> [Consultado el 8 de junio de 2017].

Amuki. Creadores de conceptos. Disponible en <http://amuki.com.ec/> [Consultado el 8 de junio de 2017].

Diseño gráfico. Ana Carnicer. Disponible en <http://www.anacarnicer.es> [Consultado el 8 de junio de 2017].

La Ruta del Guarapo. Disponible en <https://www.behance.net/gallery/17538971/La-Ruta-del-Guarapo> [Consultado el 8 de junio de 2017].

FUENTES DE LAS IMÁGENES

Fig. 1: Elaboración propia.

Fig. 2: GIMENO, P. El corral del Saul. *El intercambiador Express*. 3, 8-9.

Figs. 3-5: GIMENO, P. Gimeno Gràfic. Disponible en <http://www.gimenografic.com/es>

Figs. 6-10: ZÚÑIGA, V. Amuki. Creadores de conceptos. Disponible en <http://amuki.com.ec/>

Figs. 11-13: SALAMANCA, G. Disponible en <https://www.behance.net/gallery/17538971/La-Ruta-del-Guarapo>

VISIÓN SERIAL DESDE EL RECORRIDO DEL PATRIMONIO URBANO, ARQUITECTÓNICO Y PAISAJÍSTICO EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.

Lilian Marcela Pulido Sierra¹
 (ponente - autor),

Victoria Eugenia Rivas Ramírez²
 (coautor) Fundación Academia de Dibujo Profesional – Cali, Colombia
proyectoarquitectonico@fadp.edu.co - marcepulifadp@gmail.com

RESUMEN

Santiago de Cali es una ciudad que evidencia deterioro en ciertos lugares con un valor histórico relevante para la misma, lo cual lleva a que se comience a perder la historia del lugar y socialmente tenga condiciones de inseguridad. Esto se deriva a un desconocimiento del patrimonio de la ciudad y la falta de apropiación del espacio urbano, así como la ausencia de aplicación de normas urbanísticas que protegen los recintos de interés cultural. La negación a la valorización del patrimonio, desde una mirada en el campo sociocultural, se percibe a través de gran parte de los ciudadanos que han perdido el sentido de pertenencia hacia su ciudad; desde el campo específico del diseño y la arquitectura, en la ejecución de intervenciones arquitectónicas y urbanas que no son consecuentes con el contexto existente y/o con el valor del objeto arquitectónico mismo; desde un enfoque medioambiental, en la interpretación errada del patrimonio cultural dirigido únicamente al objeto arquitectónico. Frente a estas condiciones, este proyecto busca revalorizar el patrimonio natural y cultural de la ciudad a través del análisis arquitectónico y paisajístico, por medio de la aplicación de técnicas de representación manejadas desde la Visión Serial en puntos estratégicos de la ciudad de Cali.

Palabras Clave: Patrimonio Urbano, Patrimonio Arquitectónico, Patrimonio Paisajístico, Visión Serial, Paisaje Urbano.

INTRODUCCION

Eludiendo la importancia histórica que trae consigo el patrimonio cultural para las comunidades, es de importancia reconocer los aportes sociales y culturales que fomentan la vida colectiva en las ciudades a partir de espacios de recordación común en los ciudadanos.

Esta investigación ofrece una mirada del patrimonio cultural de la ciudad de Santiago de Cali a partir del análisis visual de puntos estratégicos de la ciudad, que reúnen elementos arquitectónicos, urbanos y paisajísticos patrimoniales, fomentando la revalorización de los mismos.

¹ Arquitecta de la Universidad del Valle, Cali- Colombia. Maestrante en Arquitectura y Urbanismo en la Universidad del Valle. Miembro del grupo de investigación Eidon y Docente Líder Investigador del programa Técnico profesional en Dibujo Arquitectónico y Decoración de la Fundación Academia de Dibujo Profesional. Correo electrónico: proyectoarquitectonico@fadp.edu.co

² Arquitecta de la Universidad de San Buenaventura, Cali- Colombia. Magister en Entornos Virtuales de Aprendizaje en la Universidad de Panamá. Miembro del grupo Eidon, Jefe de la Unidad de Investigación y Docente Líder Investigador del programa Técnico profesional en Producción en Diseño de Interiores de la Fundación Academia de Dibujo Profesional. Correo electrónico: investigacion@fadp.edu.co

A partir de los nuevos desarrollos urbanos residenciales hacia la periferia de la ciudad, se ha establecido que el centro urbano de Santiago de Cali, no solo ubica los recintos de carácter histórico para la ciudad, sino que se evidencie una aglomeración de usos de actividad financiera y comercial, perdiendo en si la verdadera valorización del patrimonio cultural evidenciado en la invasión del objeto patrimonial con elementos externos que no se acondicionan a su condición original. Por otra parte, el deterioro de algunas edificaciones con los mismos calificativos históricos, en los que las intervenciones de preservación han estado nulas o son inasequibles para los propietarios. Problemáticas que traen consigo otras tantas relacionadas con la inactividad de las edificaciones patrimoniales, las intervenciones sin las consideraciones propias del objeto arquitectónico y del contexto que la cobija, así como el desconocimiento de las calidades patrimoniales; no solo hacia la arquitectura misma, sino también a los espacios urbanos y elementos paisajísticos que están dentro de este grupo del patrimonio cultural de la ciudad.

A través de la mirada de los espectadores de la ciudad; de aquellos que transitan por ella a diario, y que bajo la cotidianidad, han perdido de vista los objetos protagónicos que hilan los distintos momentos de la historia de la ciudad, se pueden generar interpretaciones de las diversas experiencias que traen consigo capturas mentales. “La percepción es un fenómeno de construcción mental e individual, gracias al cual se adquiere el conocimiento de la ciudad y de sus cualidades a través de los sentidos, que comprende el medio ambiente humano”. (Casas, 2004)

El llevar esas percepciones de quienes viven la ciudad hacia algo más que un recuerdo, es una de las intenciones que pretende este proyecto. Leer la ciudad desde su patrimonio, a través de secuencias visuales, imágenes dibujadas, es un método que puede dejar la evidencia tangible de aproximaciones a lugares, lecturas visuales que exaltan el patrimonio cultural de Santiago de Cali.

Este proceso investigativo está en curso, y parte de la recopilación de información que permita hacer el análisis de sectores con elementos del Patrimonio cultural de la ciudad, que hasta el momento se ha centrado únicamente desde el objeto arquitectónico. Es decir, el adelanto de esta investigación está en una primera fase, donde se han determinado los recorridos dentro de sectores específicos de la ciudad, tomando edificaciones patrimoniales de diversos estilos arquitectónicos como análisis primario, observándose en detalles para así llevarlas al dibujo.

Las fases a seguir tendrán un desarrollo mayor en las aproximaciones a estos objetos patrimoniales abarcando espacios de carácter público que hagan parte del patrimonio cultural urbano y paisajístico de la ciudad. De allí, se podrá realizar una lectura mucho más completa de las diversas miradas del patrimonio a los ojos de estudiantes con afinidades hacia la temática, por medio de secuencias graficas que visualicen las características principales del patrimonio.

La aplicación de este ejercicio se realiza a partir de los resultados obtenidos por parte de un ejercicio práctico desarrollado con los estudiantes de últimos semestres de los programas Técnicos profesionales en Dibujo Arquitectónico y Decoración y Producción en Diseño de Interiores de la Fundación Academia de Dibujo Profesional.

UNA APROXIMACION AL CONCEPTO DE PATRIMONIO CULTURAL

Se entiende por patrimonio todo aquel conjunto de bien tanto material como inmaterial que constituyen aspectos de identidad, los cuales permiten reconocer e identificar una comunidad, individuos o grupos sociales. “El conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles,

generados localmente, y que una generación hereda y la transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia.” (DeCarli, 2006)

Según la UNESCO el patrimonio puede sub-clasificarse en diversos patrimonios de acuerdo al tipo de bien, estudio o tratamiento. Dado el tema en estudio, se detendrá esta breve conceptualización en el Patrimonio Cultural, el Patrimonio Cultural – Natural y el patrimonio Natural.

Se entiende por *Patrimonio Cultural* todos aquellos bienes tangibles e intangibles que han sido constituidos por herencia de un grupo humano o sociedad, los cuales dan sentido de identidad a una comunidad y son percibidos como elementos característicos de la misma. Dichos bienes son producto de la creación humana, y por lo tanto son heredados, transmitidos y modificados al pasar de generación en generación. El patrimonio cultural puede entenderse desde dos consideraciones.

La primera es el *Patrimonio Tangible*, que corresponde a todos aquellos bienes físicos que pueden ser sujetos a restauraciones e intervenciones y son sustentados por elementos materiales tales como la arquitectura, urbanismo, arqueología, artesanías, etcétera. Dentro del patrimonio tangible se es necesario hacer otro tipo de caracterización; los bienes muebles que son todos aquellos bienes móviles susceptibles a ser trasladados y tienen un valor arqueológico, histórico, artístico o científico, como las pinturas, esculturas, libros, entre otros; los bienes inmuebles que se comportan de forma amovibles y por lo tanto no pueden ser trasladados de un lugar a otro como las edificaciones, sitios arqueológicos, centros históricos, y demás espacios que cumplan con estas características.



Imagen 1: Catedral Metropolitana de Cali, estilo barroco. Fotografía y Dibujo realizada por Julián Álvarez, Jonathan Millán, Diego Vargas y Jorge Enríquez, estudiantes del programa Técnico Profesional en Dibujo Arquitectónico y Decoración.

La segunda tipología del patrimonio cultural es el *Patrimonio Intangible*, que se determina a partir del conjunto de elementos inmateriales resultado de la conducta cultural tradicional y popular, y por tanto se transmite oralmente y es modificada en el transcurso del tiempo gracias a las conductas sociales y culturales. Dicho patrimonio resulta por medio de las manifestaciones de saberes, celebraciones, formas de expresión (musicales, teatrales, artísticas, lúdicas) y lugares efímeros (ferias, mercados, santuarios, entre muchos más).

Aquellas manifestaciones del patrimonio cultural y la relación de estas con el medio en el que se desarrolla, se entiende como *Patrimonio Cultural – Natural*. Dicho patrimonio está constituido por elementos de la naturaleza y la forma como han sido intervenidos de algún modo por los seres

humanos reflejado en estos una correlación entre el hombre y su medio. Forman parte de este grupo los vestigios arqueológicos, fósiles o paleontológicos, y similares.

Por otra parte, el *Patrimonio Natural*, corresponde al conjunto de bienes naturales o ambientales que una comunidad ha heredado y adoptado como propia. Dichos bienes comprenden monumentos que han sido producto de formaciones físicas y biológicas y que reflejan un atractivo estético o científico, tales como formaciones geológicas o fisiográficas, zonas de reserva naturales y habidad de especies en peligro y zonas delimitadas que otorgan valor a una comunidad, como pueden ser los parques nacionales.



Tabla 1: Mapa conceptual sintetizando el término Patrimonio. Realizada por Camila Hincapié Castillo, estudiante del programa Técnico profesional en Producción en Diseño de Interiores.

Los bienes patrimoniales ya sean culturales o naturales, o si corresponden al tipo de bienes muebles o inmuebles de los que son tangibles o intangibles, constituyen una base importante para la identidad de una comunidad, siendo estos únicos, frágiles y no renovables. Cuando se habla del término *Recurso Patrimonial* se hace referencia a todos los elementos de carácter patrimonial que se les atribuyen o adquieren un carácter económico. Para que se le atribuya dicho este carácter, el objeto debe incentivar a alguna propuesta de valor, la cual posteriormente comprenderá diversos pasos para su validación como detección, registro, documentación, investigación e intervención y difusión, así como comunicación del bien patrimonial a una comunidad. Partiendo de la existencia de un recurso patrimonial, el cual ya ha adquirido y ha sido identificado con un carácter económico, dicho bien entra a formar parte de un consumo cultural el cual debe pasar nuevamente por diversos pasos como la gestión, promoción y comercialización para así poder generar un producto cultural y ser ofrecido a la comunidad. El producto cultural es el recurso patrimonial, sobre el que se puede realizar una actividad; visitar, asistir, participar, estudiar, comprar, comer, etcétera; porque está formulada como una propuesta de accesibilidad cultural, temporal, espacial y económica, al público (Juan-Tresserras, 2003).

PERSPECTIVAS DEL PAISAJE. EL PAISAJE URBANO COMO FUENTE DE ESTUDIO

Para determinar que es el paisaje urbano, en primera medida se debe inscribir la diferencia existente entre el termino paisaje desde una perspectiva geográfica o natural, y como paso seguido adentrarse en un contexto de ciudad que ha incorporado la analogía de las grandes extensiones paisajísticas y visuales panorámicas, en las espacialidades urbanas. El debate en torno al paisaje sigue estando en el centro de atención de aquellas disciplinas que atienden al espacio abierto y que ahora se ven avocadas a definir una posición respecto a dos aspectos que lo cuestionan: el primero se refiere a la insistencia de considerar el lugar como elemento indispensable para la lectura y la proposición de paisaje; y el segundo, a la dificultad para clarificar las nociones de paisaje y medioambiente, dificultad que en principio está muy relacionada con aquellos elementos provenientes de una condición biótica -antes natural- del territorio y con la confusión que ellos suscitan al momento de entenderlos como sustento y contenedor -a priori- del paisaje. (Campos, 2003).

Para la Unesco el paisaje es la zona urbana resultante de una estratificación histórica de valores y atributos culturales y naturales, lo que trasciende la noción de conjunto o centro histórico para abarcar el contexto urbano general y su entorno geográfico (UNESCO, 1972)

Bajo esta premisa, y frente a lo establecido por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, se cataloga al paisaje como Paisaje Cultural, y por su parte la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, identifica el término paisaje como natural. Estas consideraciones siguen vigentes, sin embargo esta investigación esta direccionada hacia el concepto de paisaje urbano que se ha generalizado hacia todos aquellos procesos y factores vinculados a la ciudad, caracterización que requiere de otras reflexiones para poder categorizarlo. La noción de paisaje tiene sentido o valor cuando se hace la distinción entre el paisaje urbano exterior o la ciudad en el paisaje que corresponde a un conjunto territorial o paisajístico mayor, frente a la escena urbana o paisaje urbano interior.

El *Paisaje Urbano Exterior* hace referencia a una “imagen de conjunto” refiriéndose a una visión externa y panorámica de la ciudad, contemplada en una visión mucho más amplia y superficial.

Otra cualidad consubstancial al paisaje radica en su dimensión escalar, el paisaje es en esencia un concepto amplio en su argumentación y amplio en su noción espacial. El paisaje está en el entorno y el mismo sugiere una espacialidad de cobijo, a diferencia de lo que podría ser una espacialidad de límite (Campos, 2003).

En contraposición, el *Paisaje Urbano Interior* hace referencia al paisaje urbano en términos más específicos, en el sentido de referirse al interior de la ciudad. Para este último, existen elementos estructurales que se pueden ver reflejados en dibujos cartográficos que básicamente formulan la distribución del suelo, así como las relaciones formales y funcionales entre ellos.

Llevando mucho más puntualizada la visión del paisaje urbano interior, es determinante la escena que se produce a partir de la arquitectura que se comporta como telón de fondo a este paisaje, el espacio libre excedente entre dichas edificaciones, la vegetación del paisaje que puede estar presente en un sentido ambiental como en uno funcional, y todos aquellos elementos articuladores que permiten interactuar al individuo con el paisaje.

El paisaje urbano es percibido en la ciudad como su totalidad, partiendo desde su funcionamiento, sus edificaciones hasta sus habitantes y las acciones que desempeñan, por lo tanto hace que dicho paisaje no sea estático y este en constante movimiento y cambio. Se considera que el paisaje urbano no solo hace referencia a un concepto objetual, sino que corresponde a una construcción mental de un individuo y las nociones que como observador elabora a partir de su experiencia, gracias a sensaciones y percepciones del lugar, en donde se involucran fenómenos

culturales. Así, “del mismo modo que el paisaje no es la naturaleza ni es territorio, el paisaje urbano no es la ciudad, ni alguno de sus enclaves significativos, sino la imagen que de ella se destila, bien sea individual o colectiva” (Maderuelo, 2010)

La imagen que se tenga del paisaje urbano corresponde al resultado de un proceso conjunto entre el observador y el medio en el que se desarrolla; dicho observador escoge y dota de significado lo que ve y experimenta, por tanto, cada individuo

crea y desarrolla su propia imagen y es el conjunto de estas imágenes y las interacciones entre individuos los que crean las imágenes colectivas de dichos entornos.

El territorio constituye el lugar de los hechos, allí los individuos se socializan, construyen sus referencias culturales; por esto el territorio les afecta. (Campos, 2003)



Imagen 2: Estación Central de Bomberos. Dibujo realizado por Álvaro Andrés Medina, estudiante del programa Técnico Profesional en Dibujo Arquitectónico y Decoración.

Una mirada del concepto de paisaje desde los expertos en el tema puede enfrentar diversas posiciones. Carl Sauer, geógrafo estadounidense, observa y analiza el paisaje natural a una gran escala, clasificándolo y proponiendo caminos para llegar a una comprensión clara y detallada del lugar. Gordon Cullen, arquitecto y diseñador urbano inglés, por el contrario, orienta su discurso hacia el paisaje netamente urbano, con un marco de referencia que se desenvuelve en una escala mucho menor que la trabajada por Sauer, sin que por esto tenga una menor importancia la relación entre paisaje y hombre. El agente mediador entre estos dos autores, y en cierta medida en las diferencias de escala, es Kevin Lynch, quien expone una marcada preocupación por el diseño del paisaje urbano, escala referente a Cullen, y por la concepción de un paisaje a partir de las imágenes y percepciones que tiene el hombre de su entorno y de su geografía, escala referente a Sauer. (Casas, 2004)

Desde la teoría de la imagen de la ciudad estructura por Lynch, se interpreta que una de las formas en las que se debe comprender el paisaje o espacio urbano, es por medio de dichas imágenes urbanas, “no somos solo espectadores, sino actores que compartimos el escenario con todos los demás participantes” (Lynch, 1998). Las personas como individuos que forman parte de una comunidad, no son ajenos al entorno que habitan y que por lo tanto son responsables de las intervenciones al lugar, así como también, desde la mirada escénica, son los protagonistas de la imagen que recrean todo el conjunto. Por otra parte, Lynch manifiesta que dicha imagen del paisaje, está conformada por elementos que hacen identificable un lugar y que por tanto la relación de ellos con los individuos dependería la legibilidad del mismo. Para él la legibilidad es un atributo propio de los lugares y que sirve como potencializador para una correcta organización y orientación de la población, de este modo, la ciudad legible es aquella que tanto sus residentes como usuarios identifiquen, estructuren y den significado a los lugares que frecuentan. Con estos elementos; la identidad, la estructura y el significado; se permite hacer lectura de la ciudad desde sus cualidades únicas que la definen y que permiten la orientación desde su interior, a partir de aquellos medios de interpretación comunes para los ciudadanos. Así, la calidad de la imagen urbana, no solo se

cuestiona a partir de la legibilidad que se le dé basado en su significado, estructura o identidad que guarden, sino que también lo relaciona con ciertos instrumentos que conforman el espacio como tal y que sirven como puntos de identidad y referencia.

INSTRUMENTOS DE IDENTIDAD URBANA		
Representación	Significado	Elementos
Recorridos	conducto que normalmente sigue el observador	calles, senderos, líneas de tránsito, canales, caminos, etc.
Limites o bordes	Elementos lineales, que el observador no usa. Son rupturas lineales de continuidad, usualmente separan un área de otra.	playas, cruces de ferrocarriles, vallas, fronteras físicas,
Sectores o barrios	Secciones del entorno de la ciudad, por lo general de pequeño o mediano tamaño	distritos, colonias, barrios
Nodos o puntos estratégicos	Puntos estratégicos de la ciudad, que denotan intensidad y densidad poblacional. Son focos donde parten o se encaminan la población.	Cruce o convergencia de sendas
Puntos de referencia	Puntos de referencia donde el observador no entra en ellos. Usualmente corresponde un objeto físico definido y distinguido desde diferentes puntos	Edificios, Monumentos, iglesias, señalamientos, montañas, tiendas, lazos

Tabla 2: Instrumentos de Identidad Urbana. Tomada de <http://mediariourbano.blogspot.com.co/2011/09/la-imagen-de-la-ciudad-segun-kevin.html>.

Haciendo la aplicación de estos instrumentos en la ciudad de Santiago de Cali, podemos referenciar como ejemplo básico los siguientes elementos, teniendo en cuenta la cercanía de los mismos a los sectores destinados para este estudio con valores patrimoniales significativos.

Para el *Recorrido*, la Calle Quinta, una de las vías tradicionales y emblemáticas de la ciudad; para el *Borde*, el Río Cali crucial en el desarrollo de la ciudad; en los *Sectores*, la Comuna 3 la cual se remonta a la fundación de la ciudad y corresponde actualmente al centro principal de Cali; para los *Nodos*; que mejor que la Plaza de Cayzedo, punto de inicio y desarrollo de la ciudad ;y como punto de referencia o *Hito*, la Iglesia la Ermita templo católico referente del paisaje arquitectónico de la ciudad.

El paisaje urbano se encuentra íntimamente ligado a la ciudad, por ello es necesario profundizar en el conocimiento de ella, caracterizada como una concentración de seres humanos que viven en un sitio determinado, que comparten un espacio, y una economía (Lugo, 2017). De allí, la importancia de reconocer los elementos que estructuran la ciudad y aquellos espacios de vida colectiva que fomentan las definiciones culturales y sociales, que se pierden muchas veces por el desconocimiento de sus valores patrimoniales e históricos, o incluso por el deterioro de algunos objetos patrimoniales. Este comportamiento es repetitivo en distintos puntos de la ciudad que llevados al término en estudio, el paisaje urbano, es de gran impacto por sus múltiples espacialidades. Cuando recalamos en la idea de la gran extensión escalar como característica concomitante al paisaje y la articulamos a la noción de ciudad, encontramos un vasto campo de acción investigativa y proyectual (Campos, 2003). Así, el objeto de estudio en esta investigación es la ciudad de Cali, que por supuesto se centrará en aquellos lugares en donde predomine el uso patrimonial donde el concepto de paisaje urbano histórico represente un avance teórico en la definición, conservación y gestión de los conjuntos urbanos con valor patrimonial, con un claro afán integrador de las diversas escalas y cuestiones relacionadas con estos objetivos, facilitando así la adecuación de la conservación del patrimonio urbano al nuevo paradigma de la sostenibilidad en todas sus vertientes (ambiental, económica y social). (Lalana, 2011).

Frente a la creciente valorización de la ciudad desde un punto de vista planificador, las obras de intervención en el espacio público se han visto en mayor incidencia, que las mismas hacia el objeto edificios patrimoniales. No cabe duda que por su presencia proporcional, el espacio público constituye el ingrediente fundamental del paisaje urbano de la ciudad, que las intervenciones en él, y consecuentemente en el paisaje urbano, atenúan las inequidades sociales de una sociedad y fomentan una imagen de ciudad competitiva en el nuevo ámbito mundial (Campos, 2003).

Estas intervenciones en su gran mayoría, están gerenciadas desde el sector público, con perspectivas políticas que dejan de un lado los valores perceptuales e intangibles, dadas en gran proporción por los aspectos socioculturales. Esta investigación pretende que la revalorización del patrimonio cultural, sea recurrente en las intervenciones estatales que están direccionadas hacia los planes de ordenamiento territorial, sin dejar de lado la esencia que trae consigo estos recintos a través de las experiencias humanas.

Mientras que el urbanismo como disciplina se ocupa de la experiencia del planeamiento y equipamiento urbanos, expresándose en valores cuantitativos, como áreas, densidades, ocupación, aprovechamientos, etcétera, el campo del paisaje se ocupa de temas que se expresan en términos cualitativos, tales como carácter, composición, estilo o coherencia visual, que se manifiestan en la adecuación e idoneidad de materiales, texturas, colores, sonidos, etcétera, con los que se han configurado los diferentes ambientes urbanos. (Maderuelo, 2010)

Gordon Cullen presenta en su tendencia del “townscape”, marcada como una de las teorías principales del urbanismo, tres conceptos; *óptica*, lugar, contenido; para activar recuerdos y sensaciones emocionales al percibir lo que ofrece el paisaje. *Óptica* está relacionada con la visión serial, que define a los escenarios urbanos a través de imágenes seccionadas. *Lugar* referida al como el ser humano en su sentido de cuerpo en el espacio, se relación con su medio inmediato. Aquí la función del ciudadano puede involucrar su recorrido tanto peatonal como vehicular, y las propuestas de ciudad deben incluir estas dos posiciones. *Contenido*, define la materia permanente de la ciudad que puede ser percibida visualmente, sobretodo en la arquitectura dispuesta en el lugar; que puede contener distintos periodos históricos con sus respectivos estilos decorativos; así como las cualidades visuales generales que categorizan la ciudad en color, formas, proporciones cambiantes, identidades, homogeneidad, entre otras que dan lectura a lo construido. (Cullen, 1974)

No está de más, reiterar que el estudio que se realiza desde la ciudad de Cali, define la revalorización del patrimonio cultural, no solo desde los aspectos arquitectónicos y urbanos, sino que también incluye la valorización de paisajismo, como elemento configurador del patrimonio natural de la ciudad.

Es de importancia definir que los diferentes niveles del paisaje que constituyen este último punto, no son mera ambientación hacia los objetos construidos. Tienen unas características mucho más profundas, dirigidas hacia las bondades medioambientales, estético funcional y de recordación histórica, que las hacen protagonistas también en este estudio. La cualificación del paisaje urbano se reduce a su condición formal o escénica, sino que debe ser también referida a sus aspectos ecológicos o ambientales y a los funcionales (Zoido, 2012).

En este orden de ideas, el paisaje urbano bajo este estudio, cubija las percepciones del individuo desde el patrimonio arquitectónico, urbano y paisajístico; como una sinergia de colectivos sociales que no se pueden mirar aisladamente, sino en un conjunto macro de elementos que finalmente constituyen una escena completa. En relación con las distintas unidades o partes de la ciudad el ejercicio básico es sin duda la propia zonificación y delimitación paisajística, entendidas no como segmentación impositiva o excluyente, sino como una nueva mirada que añade significados y valores a otras disposiciones de partes previamente existentes (Zoido, 2012). Por supuesto la

imagen conjunta de lo construido con lo natural, sin que una protagonice frente a la otra, es una de las tantas miradas que el espectador del paisaje urbano puede llegar a generar, cuando el desconocimiento del significado del patrimonio sea abolido a partir de proyectos que fomenten el valor el legado histórico de la ciudad.

EL DIBUJO DE LA CIUDAD DESDE LA VISION SERIAL

Al dar un paseo por la ciudad “después de pasada la plazoleta, y antes incluso de doblar la esquina, aparece ante nosotros una nueva perspectiva, perspectiva que sigue estando con nosotros mientras cruzamos la plazoleta. Al dejar esta atrás, entremos en la segunda calle. Y una nueva visión aparece ante nosotros inopinadamente, aunque nuestro andar sea uniforme. Por último, al doblar definitivamente la esquina, veremos cómo se levanta ante nosotros la masa del monumento. El significado de todo esto no es otro que el de que en los paseos a pie por una ciudad, a paso uniforme, los escenarios ciudadanos se nos revelan, por regla general, en forma de series fragmentadas o, por decirlo de otro modo, en forma de revelaciones fragmentadas” (Cullen, 1974).

La percepción visual en la ciudad no es necesariamente continua, más aun cuando el observador de la misma es un peatón, que tiene la libertad de generar su recorrido, con visiones lejanas y cercanas que son apreciadas al acercarse a ciertos elementos. Por supuesto este recorrido genera una experiencia urbana, que se mantiene gracias al espectador de la ciudad, que a través de los constantes estímulos del medio; y más aún en la conciencia de la calidad patrimonial que puede haber; conserva su interés en el itinerario de su circular.

La imagen es una percepción particular de una situación específica de la ciudad; por su parte, el paisaje urbano es una consecuencia directa de las imágenes urbanas, más genéricas y globales. El paisaje urbano está formado por diferentes zonas de imagen. (Mejias Cubero, 2014)

El capturar estas imágenes se hace posible de forma inmediata a través de la fotografía. Este trabajo investigativo busca incentivar el uso del dibujo, para documentar de una forma más sensible y particular, los recorridos dentro de la ciudad. El dibujo permite incursionar en la realidad deseada antes de que esta sea construida. Dibujar permite concretar la experiencia de viajar al futuro o al pasado, recrear mundos perdidos, reconstruir ciudades y edificios desaparecidos. Visitar mundos lejanos o mundos maravillosamente cotidianos. Esta experiencia es similar a la estructura de un “storyboard” o la dirección artística de una obra cinematográfica. (Mejias Cubero, 2014)

Por supuesto la intensión de dichos dibujos, no está en contar una historia de un recorrido en la ciudad, si no en el generar un análisis hacia los elementos patrimoniales presentes en este recorrido. No solo desde la arquitectura o elementos monumentales, también desde los contextos que las rodean y que de alguna forma hacen parte de los espacios públicos de interés cultural, así como del paisaje natural que resguarda valores ambientales y culturales en la historia de la ciudad. Es así como el dibujo de la ciudad y el paisaje, al igual que todo dibujo actual, debe trascender la mera representación y siempre debe resultar intencionado y comprometido, sencillo y preciso, intentando ampliar nuestra capacidad para conocer la realidad, con vocación de mejorarla y adaptarla a las cambiantes necesidades humanas (Gámiz Gordo, 2006).

Para esta primera fase del estudio, se toma un ejercicio académico realizado por los estudiantes Marcela Victoria, Cristian Ortega y Ricardo Ortega del programa Técnico Profesional en dibujo Arquitectónico y Decoración, en donde se plantea un recorrido a través del barrio Centenario de la ciudad de Cali. Cabe aclarar que las directrices planteadas en este ejercicio estuvieron limitadas hacia el objeto arquitectónico, tanto en su representación gráfica, como en su análisis formal.

El barrio centenario está ubicado paralelo al Río Cali, siendo este uno de los bordes que lo conforman. Otro de sus bordes, hacia el oeste, también es de carácter natural, referido a los cerros tutelares de la ciudad. Se encuentra en el sector norte de la ciudad, colindando con los barrios más tradicionales de Santiago de Cali.

La metodología utilizada para la realización de las secuencias graficas en este recorrido, esta inicialmente en la *investigación conceptual* de los términos referentes a patrimonio cultural, paisaje urbano y visión seria, como lo hemos referido a lo largo de este documento.

Posteriormente se pasa a una etapa de *recolección de datos en sitio*, donde se ejecutan levantamientos arquitectónicos, y análisis del edificio estudiado desde una perspectiva formal, histórica y de características propias del estilo decorativo.

La etapa final está en la *representación gráfica* de lo observado, para poder llevarla al dibujo análogo o digital. En particular este caso de estudio, se realiza a partir de bocetos a mano alzada que personifican al edificio patrimonial desde diferentes vistas. “Una de las características más importantes de Cullen fue su manera de observar los paisajes urbanos y de acompañarlos siempre con diagramas y bocetos muy bien ejecutados que sirven como una guía práctica y fácil de leer”. (Casas, 2004)

Haciendo un comparativo teórico frente a este proceso metodológico, Rodolfo Mejías hace referencia a diversas técnicas cualitativas que permiten el análisis de la imagen urbana. Llevando este método hacia la aplicación de las actividades desarrolladas en esta investigación, se acoge a cuatro de los puntos de los siete planteados por Mejías. Estos son el *Análisis y Levantamiento Grafico*, por medio de dibujos aislados o secuenciales; *Análisis Fotográfico* desde el levantamiento en fotos y grafismos; el *Análisis de Percepción Espacial* desde el punto de vista del técnico, y el *Análisis por observación del entorno social construido y natural*, a partir de la observación directa de secuencias y el análisis de los puntos de articulación espacial. (Mejías Cubero, 2014).

A continuación se relacionan los edificios analizados bajo la secuencia visual determinada por los estudiantes, con la asignación del barrio Centenario en su estudio.

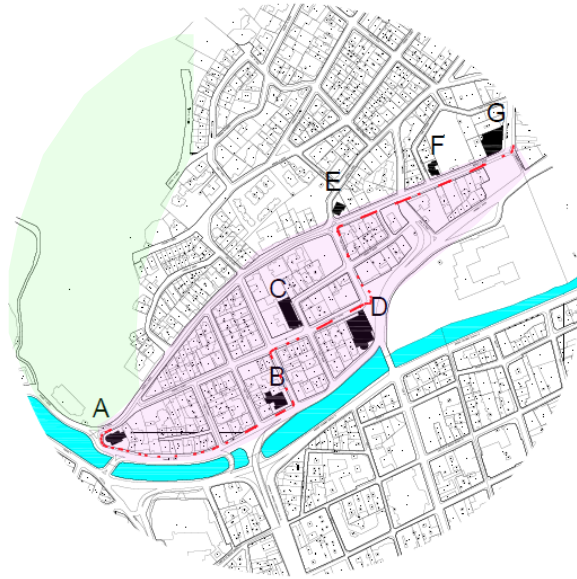
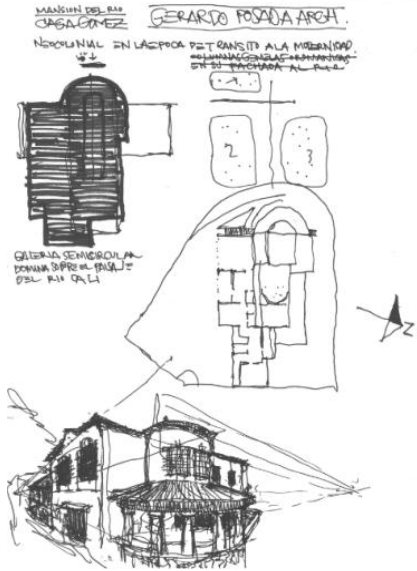



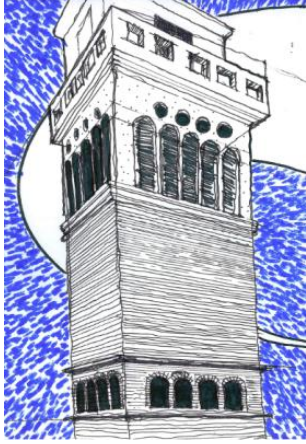


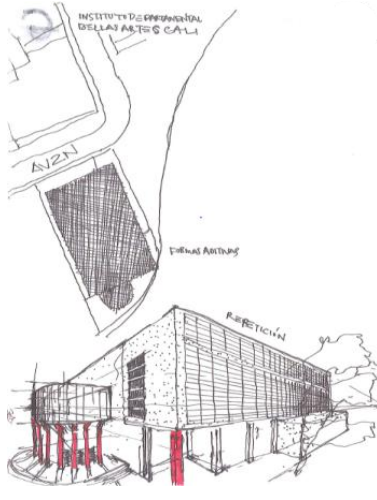





Imagen 3: Recorrido barrio Centenario. Dibujo realizado por Ricardo Ortega, Cristian Ortega y Marcela Victoria, estudiantes del programa Técnico Profesional en Dibujo Arquitectónico y Decoración. En rosa, el Barrio Centenario, en verde Cerros tutelares de la ciudad. Indicaciones de color realizadas por el autor.

ID	OBJETO PATRIMONIAL	DESCRIPCION
A	CASA GÓMEZ "La Mansión del Río"	Construida en 1947 por el arquitecto Gerardo Posada González. Obra de estilo neocolonial. Característico el uso de yeso liso en los acabados de paredes, cubiertas poco inclinadas con tejas de arcilla, disposición de pequeños vestíbulos o balconadas con arcadas romanas, ventanas en madera o forja y detalles decorativos en hierro.
<div><div><p>MANSHN DEL RIO CASA GOMEZ NEOCOLONIAL EN LAZPOA P.T. TRANSITO A LA MISION GERARDO POSADA ARCH. GALERIA SEMICIRCULAR PARRA SUPERIOR DEL RIO DEL</p></div><div></div></div>		
B		Imagen e información no disponible
C	TEMPLO VOTIVO SAGRADO CORAZON	Se conoce como la Iglesia del colegio Berchmans, dada que fue su ubicación inicial. Inaugurada en 1944. A su interior posee frescos coloridos, narrando el Nuevo Testamento, y un mosaico del ábside del altar mayor. Iglesia con torre en ladrillo a la vista, con características formales simetrías propias de la iglesia romana. Arcos en forma de herradura, tejado a dos aguas, uso de la bóveda de cañon, pilares sin capitel en lugar de columnas, son algunas características propias de esta obra arquitectónica.
<div><div><p>ANTICAPILLA BERCHMANS TEMPLO SAGRADO CORAZON</p></div><div></div></div>		

	
D	<p>Instituto Departamental de BELLAS ARTES</p> <p>Nace en 1932 como el Conservatorio de Música de Cali. Posteriormente se define como Institución educativa, siendo hoy patrimonio académico y cultural de la ciudad. Un edificio de arquitectura moderna, con características propias de este movimiento. Pórticos en concreto, manejo de voladizos, ventanas longitudinales, fachada y planta libre, el uso del concreto, entre otros.</p>
	 
E	<p>CASTILLO CARVAJAL</p> <p>Diseñado y construido por el arquitecto puertorriqueño Félix Aguilú en 1930. Es un proyecto de estilo neocolonial, que fusiona tipologías medievales, con exceso de ornamentación, manejo de azulejos españoles, y maderas grabadas. El edificio de mampostería forrado con piedras naturales, escudos en yeso y torreones, gárgolas en concreto.</p>
	 


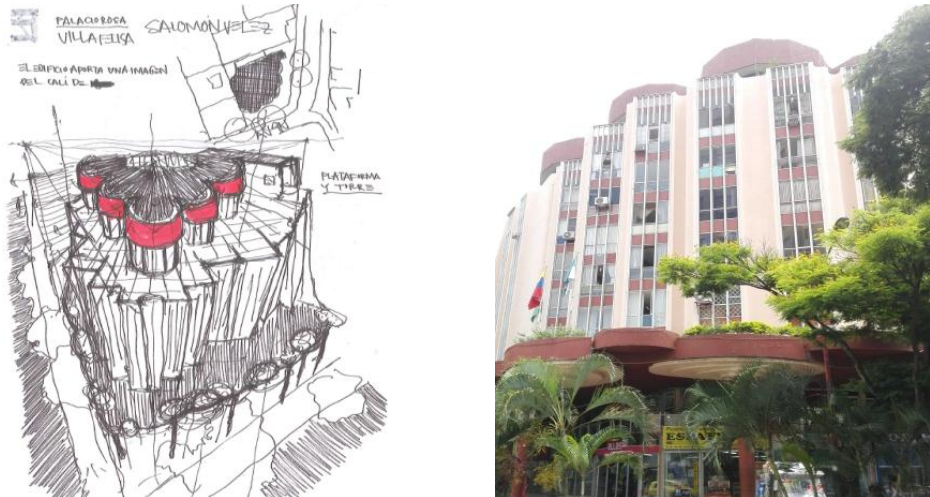
F	CASA DE LOS LEONES	<p>Construida a comienzos de los años 30. Residencia de Don Manuel Guzman, aunque sirvió también de residencia al Batallón pichinca, hoy demolido.</p> <p>Construida por Don Juan pablo Lalinde, siendo todos sus materiales importados. Formaba parte de la "villas republicanas", con jardines perifericos, con exóticos leones en su decoración exterior.</p>
		
G	PALACIO ROSA	<p>Prevía a esta construcción estuvo ubicada la Villa María. Se demuele para dar paso al Palacio Rosa. Es un edificio imponente de la ciudad con una arquitectura extravagante, con locales comerciales en la planta baja y unidades habitacionales en las plantas altas. No está declarado como edificio patrimonial.</p>
		

Tabla 3: Referencias visuales del Recorrido barrio Centenario. Dibujos y fotografías realizadas por Ricardo Ortega, Cristian Ortega y Marcela Victoria, estudiantes del programa Técnico Profesional en Dibujo Arquitectónico y Decoración. Tabla realizada por el autor.

A partir de las distintas percepciones de los recorridos, se evidencia que ningún dibujo se direcciona igual al otro. Los detalles captados de cada elemento arquitectónico, se dan desde la mirada del individuo bajo su interpretación subjetiva. Cabe anotar, que dados los conocimientos previos de los estudiantes, es de manera más práctica llevar a cabo la representación de los edificios observados, a partir de técnicas de dibujo. Aquí el dibujante debe estar dispuesto a generar propuestas para el desarrollo de bocetos cargados de fuerza expresiva, con la suficiente libertad sensorial de recrear lo percibido y no lo observado (Mejías Cubero, 2014). Es así como el

paisaje no es un ente de carácter objetual sino que se trata de un constructo mental que cada observador elabora a partir de las sensaciones y percepciones que aprehende durante la contemplación de un lugar, sea este rural o urbano. Por tanto, desde el punto de vista cultural, el paisaje no es la naturaleza ni siquiera el medio físico que nos rodea o sobre el que nos situamos, sino que se trata de una elaboración intelectual que realizamos a través de ciertos fenómenos de la cultura". (Maderuelo, 2010)

En el caso de estudio presentado, no hubo un proceso de digitalización de la información recolectada, sin embargo otros casos, se apoyaron más de las herramientas digitales para presentar su observación de los edificios patrimoniales. La elección de uno o ambos medios de representación y documentación dependerán de las siguientes consideraciones: levantamientos de campo, dibujos frontales para la elaboración de elevaciones. Levantamiento secuencial de los diferentes eventos dinámicos del recorrido (vistas en perspectiva). (Mejias Cubero, 2014).

El uso de la perspectiva es una herramienta muy útil en la ejecución de secuencias visuales, ya que abarca distintas dimensiones del elemento presentado. Cuando se tienen en mente un elemento dentro de la visión serial, este se convierte en protagonista de su dibujo. Por supuesto la connotación adicional que rodea a este, da un conjunto armónico de la vivencia del espectador. Por supuesto, la expectación al realizar estas representaciones graficas está en la posibilidad de generar un análisis del patrimonio cultural, para establecer miradas adicionales a las pautas desconocidas o evidenciar de nuevo aquellas que ya han sido olvidadas.

Cuando se selecciona un medio de representación este se convierte en herramienta para el análisis, por lo que el enfoque del tema a estudiar debe ser claro, ya sea este un levantamiento arquitectónico, un recorrido serial, destacar un elemento arquitectónico del contexto, resaltar un detalle o las vivencias de la gente (Mejias Cubero, 2014).

El caso de estudio sobre la Avenida Colombia, realizado por los estudiantes Alejandro Cárdenas y Álvaro Andrés Medina, resalto un mayor detalle en el dibujo digitalizado a través de software especializados. Aquí las representaciones se dan de forma más prolija y con un grado de equivocación menor. Las anotaciones propias y esquemas improvisados, no tienen cabida en este tipo de esquemas planimétricos. Las imágenes a continuación representan la visión de los estudiantes de uno de los edificios reconocidos de la ciudad, la Clínica de Nuestra Señora de los Remedios, categorizada como arquitectura moderna, donde se ve intervenciones importantes por parte del arquitecto Heladio Muñoz.

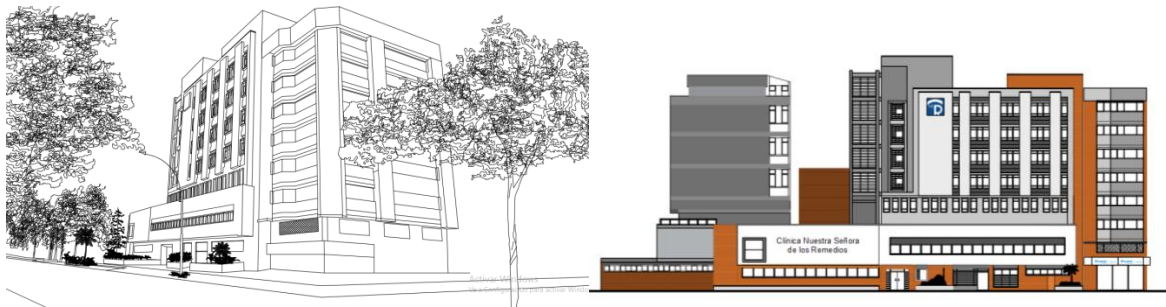


Imagen 3: Perspectiva y Fachada de la Clínica Nuestra Señora de los Remedios. Dibujo realizado por Alejandro Cárdenas, estudiante del programa Técnico Profesional en Dibujo Arquitectónico y Decoración.

Dentro de las sugerencias en el manejo de la técnica de representación, Rodolfo Mejías plantea el uso de calco de fotografías cuando las condiciones atmosféricas impidan la recolección de datos en el lugar, así como la manipulación imágenes fotográficas por medio de programas de cómputo especializados (Mejías Cubero, 2014). Actualmente el manejo de las tecnologías de la información y Comunicación, permiten fusionar las estrategias digitales con las intervenciones que se pueden llevar a cabo desde una representación análoga. Cualquiera que sea la técnica a utilizar, lo esencial en este ejercicio es reconocer verdaderamente el valor patrimonial cultural de la ciudad, dejando evidencias tangibles de lo que posiblemente, sea cambiante a lo largo del tiempo.

CONCLUSIONES

Dado que a la fecha la investigación sigue en curso, las conclusiones presentadas son parciales, bajo los resultados obtenidos en el análisis hacia el objeto arquitectónico en los recorridos estudiados.

Las muestras visuales a partir de los objetos arquitectónicos estudiados, hacen referencia únicamente a las edificaciones. Es importante que también se lleve un reconocimiento del contexto en el que están inmersas, así como de los elementos paisajísticos que las acompañan.

La lectura del patrimonio cultural, debe obedecer a un conjunto de elementos que incluyan al objeto arquitectónico, como representación adicional del lugar, así como los espacios urbanos y paisajísticos.

La sensibilización del individuo a través del dibujo realizado en el lugar, permite captar detalles imperceptible en el transito diario. La lectura de las edificaciones estudiadas en el Barrio Centenario, se logra hacer desde diferentes escalas y representaciones gráficas. Lograr llevar este tipo de estrategias a los ambientes educativos, reúne condiciones importantes para que se difunda el objetivo principal de esta investigación, que está en revalorar el patrimonio cultural de la ciudad.

Quedan aún muchos aspectos pendientes por trabajar para poder evidenciar realmente las aplicaciones prácticas de la visión serial como estrategia de concientización hacia el tesoro patrimonial caleño.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Campos, O. (2003). Del paisaje a la ciudad. *Bitacora Urbano Territorial*, 44-52.
- Casas, I. A. (2004). Percepciones del paisaje. *Revista de Arquitectura*, 8-12.
- Cullen, G. (1974). *El paisaje Urbano*. Barcelona: Editorial Blume.
- DeCarli, G. (2006). *Un museo sostenible. Museo y comunidad en la preservacion activa de su patrimonio*. San Jose, Costa Rica: Oficina de la Unesco para America Central.
- Gámiz Gordo, A. (2006). El dibujo del paisaje y la ciudad actual. *XI Congreso Internacional de Expresión Gráfica Arquitectónica* (págs. 563-572). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Juan-Tresserras, J. (2003). Los problemas del turismo cultural. *Cuaderno 6 Congreso Iberoamericano sobre Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo* (págs. 87-90). Morelia, Michoacan: Conaculta.

- Lalana, J. (2011). El paisaje Urbano Historico: Modas paradigmas y olvidos. *Ciudades*, 15-37.
- Lugo, P. (28 de junio de 2017). *Academia*. Obtenido de Academia:
http://www.academia.edu/1169181/EL_PAISAJE_URBANO
- Lynch, K. (1998). *La Imagen de la Ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Maderuelo, J. (2010). El Paisaje Urbano. *Estudios Geograficos*, LXXI(269), 575-600.
- Mejias Cubero, R. (2014). Guia para el arquitecto viajero. Dibujar en el mundo magico del imaginario urbano. *15 Congreso Internacional de Expresión Gráfica Arquitectónica* (págs. 835 - 844). Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Servicio de Publicaciones y Difusión Científica.
- UNESCO. (21 de 11 de 1972). *Unesco*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de Convención sobre la proteccion del patrimonio mundial, cultural y natural:
<http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>
- Zoido, F. (2012). Paisaje Urbano. Aportaciones para la deficnicion de un marco teorico, conceptual y metodologico. En J. Juaristi, C. Delgado, & S. Tomé, *Ciudades y paisajes urbanos en el siglo XXI* (págs. 10-57). Santander, España: Libreria Estudio.

CALIDAD DEL SERVICIO Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME DEL SECTOR DE RESTAURANTES

Solano, Javier¹; Nieves, Karen²; y Zaldumbide, David³

¹ *Docente Titular Auxiliar II, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en Economía y Dirección de Empresa. Mail: jsolano@umet.edu.ec;*

² *Estudiante de Gestión Empresarial, Universidad Metropolitana, Sede Machala. Mail: knieves@umet.edu.ec; y*

³ *Docente Universidad Metropolitana, Sede Machala; Master of Economics. Mail: dzaldumbide@umet.edu.ec*

Resumen

La presente ponencia es una aproximación teórica sobre el concepto de calidad del servicio y su relación con el sector de restaurantes, se destaca que para que una empresa de este sector progrese debe tener presente la influencia de la calidad del servicio, en primer lugar sobre la satisfacción del cliente y a la larga lograr alguna ventaja competitiva, de tal manera que dependiendo del nivel de calidad con la que brinda el servicio, el éxito competitivo y la perdurabilidad del negocio, se incrementara o disminuirá en relación a ese nivel de calidad brindado.

Palabras clave: calidad de servicio, sector de restaurantes, competitividad, satisfacción del cliente

Introducción

El Ecuador es un país rico en recursos naturales, formado por cuatro regiones geográficas: Costa, Andes, Amazonía e Islas Galápagos; que brinda diversidad de climas y una muy rica cultura, expresada en música, danza y artes plásticas; posee, por lo tanto, un potencial turístico importante. El Ecuador es atractivo para realizar variedades de turismo, entre ellos el turismo cultural; este tipo de turismo se explica por el deseo del viajero en ponerse en contacto con otras culturas, aprender costumbres e intercambiar cualquier acto que lleve a un enriquecimiento cultural. Dentro de tipo de turismo se encuentra el turismo gastronómico, en este caso la motivación del turista el poder conocer y disfrutar los platos típicos de las regiones que se visita. (González & Toller, 2010).

El último estudio económico realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) reveló que hay cuatro tipos de negocios que prefieren abrir los ecuatorianos: una tienda (87.244), un restaurante (33.938), una peluquería (14.426) y tener un local de “discos piratas” (4.165) (INEC, 2010). El ecuatoriano, en los últimos años ha preferido emprender sus negocios propios, la mayoría de ellos han llegado a la conclusión de que una de las actividades comerciales rentables dentro del país es el sector de restaurantes. Contar con una buena ubicación y personal con conocimientos de la cultura del mismo país; generaría utilidad suficiente para seguir acabo con dicho emprendimiento e incluso innovar para mejorar a largo plazo. Los establecimientos que expenden comida mantienen sus ventas, porque los comensales prefieren platillos elaborados por mismos ecuatorianos, ajustándose al precio al que estén ofrecidos. Todas las personas necesitamos alimentarnos, de manera que el iniciar un negocio de

restaurantería se convierte en una buena alternativa. En este trabajo se desarrollará como el sector de restaurantes pueden generar una ventaja competitiva duradera a través del tener como meta brindar un producto y servicio de alta calidad, que permita generar rentabilidad y ser competitivo a nivel nacional e internacional, destacando y promoviendo la cultura ecuatoriana.

Calidad, características y requisitos

Según Phil Crosby (1979) calidad es “ajustarse a las especificaciones o conformidad de unos requisitos”. Para Feigenbaum (1990), “todas las características del producto y servicio provenientes de Mercadeo, Ingeniería Manufactura y Mantenimiento que estén relacionadas directamente con la necesidades del cliente, son consideradas calidad”. Tomando en cuenta las definiciones propuestas, los clientes tienen la necesidad de que un producto o servicio cuente con un conjunto de ciertas características. La calidad se relaciona más bien con las exigencias de los consumidores; y en su mayoría son satisfechas por las empresas a través de procesos eficientes a un coste mínimo y a la vez sin disminuir la calidad de sus productos.

La calidad según Carro Paz & González Gómez (2009), se asegura desde su origen, en la compra de insumos y en la ejecución exacta del trabajo; también orienta al consumidor, sus opiniones, necesidades y expectativas; orienta a las prioridades y depende de la capacidad de innovación y el grado de involucramiento de los empleados.

Para cumplir con las expectativas del consumidor se debe medir la calidad bajo ciertos criterios: a) Enfoque al cliente; b) Existencia de liderazgo; c) Activa participación del personal; d) Enfoque de los distintos procesos; e) Mejora continua; y f) Toma de decisiones basadas en hechos. (Requena Ponce & Serrano López, 2007).

Por otra parte la calidad puede clasificarse en: a) Calidad implícita o que se espera, presenta características mínimas que los clientes dan por supuestas; b) Calidad explícita o que satisface, complace las expectativas solicitadas de los consumidores; c) Calidad que deleita, es del tipo de calidad que va más allá de lo que el consumidor espera. Las organizaciones que la ofrecen poseen posición ventajosa. (Requena Ponce & Serrano López, 2007).

El servicio, sus características y servicio de restaurantes

Es una actividad directa o indirecta que no produce un producto físico, es decir, es una parte inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor. Puede entenderse al servicio como el conjunto de prestaciones accesorias cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal (Berry Bennet & Brown, 1989). Los servicios son actividades intangibles, no almacenables, y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos, implican generalmente la participación del cliente; por tanto, son el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

Los servicios se caracterizan en: a) Intangibles, que son los servicios no pueden inventariarse y además es difícil determinar su precio; b) Heterogéneos, debido a que la entrega del servicio y la satisfacción de los clientes depende de las acciones de los empleados y la calidad en el servicio depende de factores incontrolables; c) Producción y consumo, donde los clientes participan en la transacción y la afectan y los empleados afectan el resultado del servicio; d) Perecederos, además es difícil producirlos de forma masiva y los servicios no pueden devolverse ni revenderse. (Zeithaml & Berry, 2010).

En el contexto de la Industria de la restauración y turismo es de las más competitivas que existen en el mercado actual, motivo por el cual es importante desarrollar diferenciadores en el producto y en el servicio que preste nuestra empresa (Solano, et al. 2017). Brindar una buena atención al cliente en restaurantes es una cuestión clave, puesto que el principal objetivo al que ha de orientarse la estrategia de negocio es en lograr rentabilidad. (Verdezoto, 2016). En un restaurante, lógicamente, los clientes desean que se les ofrezca el mejor servicio. Si se logra ofrecer un servicio (un buen ambiente y atención) y una comida de calidad, se habrá conseguido la satisfacción del cliente y su fidelización.

Calidad del servicio y sus características

La calidad en el servicio es una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente. Según la capacidad de los autores, estos han sido capaces de encontrar cinco dimensiones totales del funcionamiento del servicio, tales como: Tangibles, Confiabilidad, Responsabilidad, Seguridad y Empatía (Berry , Parasuram, & Zeithaml, 1985). Un servicio de calidad es ajustarse a las especificaciones, es tanto realidad como percepción, es como el cliente percibe lo que ocurre basándose en sus expectativas del servicio.

Por otra parte las características de la calidad de servicio se destacan por la a) capacidad de respuesta, que se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; b) empatía, que significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. Requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo sus características y sus requerimientos específicos; c) intangibilidad: Los servicios no pueden ser mantenidos en inventario; si no se utiliza la capacidad de producción de servicio en su totalidad, ésta se pierde para siempre; d) interacción humana: Establecer un contacto entre la organización y el cliente. Es una relación en la que el cliente participa en la elaboración del servicio; e) Fiabilidad: Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadosa. Es decir fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento; f) Seguridad: Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía en que serán resueltos de la mejor manera posible. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad (Gómez & Cristóbal, 2003).

Medición de la calidad de servicio

Entre los modelos de medición para la calidad del servicio, destaca el propuesto por la escuela nórdica, también conocido como modelo de la imagen, que relaciona la calidad con la imagen corporativa. Plantea que la calidad percibida por los clientes es la integración de la calidad técnica (qué se da) y la calidad funcional (cómo se da), y estas se relacionan con la imagen corporativa. La imagen es un elemento básico para medir la calidad percibida". (Crönroos, 2008). En resumen, el cliente está influido por el resultado del servicio, pero también por la forma en que lo recibe y la imagen corporativa. Todo ello estudia transversalmente las diferencias entre servicio esperado y percepción del servicio.

También se puede mencionar al modelo propuesto por la escuela americana, donde los autores partieron del paradigma de la desconfirmación, para desarrollar un instrumento que permitiera la medición de la calidad de servicio percibida. Luego de algunas investigaciones y evaluaciones, tomando como base el concepto de calidad de servicio percibida, desarrollaron un instrumento que permitiera cuantificar la calidad de servicio y lo llamaron SERVQUAL (Zeithaml, Berry , & Parasuraman, 1985).

El modelo SERVQUAL, permitió aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente, apoyándose en los comentarios hechos por los consumidores en la investigación. Las cinco dimensiones más importantes se redujeron de la siguiente manera:

- 1) Confianza o empatía: Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes.
- 2) Fiabilidad: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- 3) Responsabilidad: Seguridad, conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza.
- 4) Capacidad de respuesta: Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.
- 5) Tangibilidad: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1985).

Para evaluar la calidad percibida¹ se plantean las dimensiones anteriormente mencionadas, éstas definen que dicha percepción es consecuencia de la diferencia para el consumidor entre lo esperado y lo percibido. Sin embargo, también parten del planteamiento del hallazgo de una serie de vacíos, desajustes o gaps en el proceso. Se define como vacío o gap a series de discrepancias o deficiencias existentes respecto a las percepciones de la calidad de servicio que se presta (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1985).

La medición de la calidad del servicio, siempre tiene como objetivo proveer información útil para lograr la satisfacción del cliente (Solano & Uzcátegui, 2016), entendida según Kotler (2006), como una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. En la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito para ganarse posicionamiento en el mercado meta, el éxito competitivo y la perdurabilidad en el mercado.

La calidad del servicio y la empresa competitiva

Considerando que la competitividad industrial, se refiere al nivel de competitividad en un sector de la economía en específico y además es el producto de la interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional, que son los siguientes: el nivel micro, de las empresas, las que buscan simultáneamente eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, estando muchas de ellas articuladas en redes de colaboración mutua; el nivel meso correspondiente al Estado y los actores sociales; el nivel macro, que ejerce presiones sobre las empresas mediante exigencias de desempeño; y, por último, el nivel meta, que se estructura con sólidos patrones básicos de organización jurídica, política y económica, suficiente capacidad social de organización e integración y capacidad de los actores para la integración estratégica. (Esser, 1996).

Ser competitivo significa lograr diferenciación en un mercado, además se entiende que una empresa competitiva, intenta ser la única en su industria en algunas dimensiones que son apreciadas extensamente por los compradores, también se establece que un diferenciador no puede ignorar su posición de costo (Espinoza & Pérez, 2017). En todas las áreas que no afecten su diferenciación debe intentar disminuir costos; en el área de la diferenciación, los costos deben

¹ La percepción se entiende como el proceso por el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para integrar una visión significativa y coherente. Los consumidores reaccionan y actúan sobre la base de sus percepciones. La realidad no es lo que parece ser sino lo que los consumidores creen que es; lo cual tendrá efecto en sus estilos de vida, acciones, hábitos de compra etc. (Morffe, 2013).

ser menores que la percepción de precio adicional que pagan los compradores por las características diferenciales. Las áreas de la diferenciación pueden ser: producto, distribución, ventas, comercialización, servicio e imagen. (Porter, 1980).

De esta manera, las pymes, especialmente las del sector de restaurantes, necesitan adaptarse a los requerimientos de competitividad a nivel mundial. El gobierno desempeña un gran papel en este proceso al crear leyes, normas y programas de soporte que impulsen los diferentes sectores a la innovación y a la creación de empresas. Por ende, “la premisa según la cual más competencia en el mercado nacional conduce a una mayor capacidad para competir en una economía más abierta sugiere que la política de defensa de la competencia sea utilizada como instrumento de mejora de la competitividad”. (Cantillo, 2006). Existen seis puntos para medir la competitividad en este nivel: a) La alta gerencia debe involucrarse desde temprano, cuando las decisiones clave de estrategia y recursos pueden ser cambiadas; b) Dejar campo a lo desconocido en el plan para que la innovación tecnológica sea dirigida por los hechos que se aprendan en el camino; c) Permitir que haya varias ideas de mejoramiento, así se tendrían más opciones; d) Involucrar a los clientes temprana y frecuentemente y estar listo para escuchar lo peor y revisar el plan consecuentemente; e) Contar con un consultor externo que facilite las reuniones de grupo, pues es complicado ser el líder y el facilitador al mismo tiempo; f) Cuando termine el proceso, valorar la experiencia de aprendizaje, identificar fortalezas y debilidades. (Biolos, 1996).

Conclusión

En el sector servicios, los aspectos diferenciadores que dirección sobre la perdurabilidad del negocio, necesariamente están ligados a la calidad con la se brinda el servicio ofertado, existe una marcada tendencia de los clientes por obtener más por su dinero, y está dinámica no es ajena al sector de restaurantes, industria donde requiere perfeccionarse y mejorarse, si se desea alcanzar posicionamiento y ser competitivo. En la provincia de El Oro, con su rica variedad de mariscos, puede marcar su nombre basado en esta cualidad, aunque solo si se cumplen con las expectativas y percepciones de los clientes.

Agradecimiento

Esta ponencia forma parte del trabajo dentro del proyecto de investigación “Propuestas de mejora de la competitividad interna/ empresarial en la mipyme de la provincia de El Oro”, por lo cual agradezco a mis profesores por la guía y recomendación sobre las referencias bibliográficas relacionadas con el tema, insumos necesarios para la elaboración del presente trabajo.

Referencias bibliográficas

- Berry, Parasuram, & Zeithaml. (1985). *Gestión de calidad*. Argentina.
- Berry Bennet, L., & Brown, C. (1989).
- Biolos. (1996). Factores de competitividad. *Intersección*.
- Cantillo, D. (2006). FACTORES DE COMPETITIVIDAD. *Intersección*.
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2009). *Administración de la calidad total*. Argentina.
- Crönroos, C. (2008). A Service Oriented Approach to Marketing of Services. *European Journal of Marketing*, 588-601.
- Crosby, P. (1979). *Gestiopolis*. Recuperado el 2017 de Junio de 19, de <https://www.gestiopolis.com/una-definicion-de-calidad/>

- Espinoza, C. & Pérez, M. (2017). Competitividad industrial, revisión teórica. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/empresas/12-la-competitividad-industrial.pdf>
- Esser, K. (1996). Competitividad sistemática: Nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de Cepal*, 39-52.
- Feigenbaum. (1990). *Gestiopolis*. Recuperado el 2017 de Junio de 19, de <https://www.gestiopolis.com/una-definicion-de-calidad/>
- Gómez, M., & Cristóbal, E. (2003). *Modelos de evaluación de la calidad percibida*.
- González, & Toller. (2010). *Boletín mensual del análisis del MIPYMES*. Quito.
- INEC. (2010). *Análisis rentables*.
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management*.
- Lowud, R. (2002). *Mercadotecnia*. Continental. Recuperado el 2017 de Junio de 19
- Morffe, A. (29 de Mayo de 2013). *Marketing y gerencia estratégica*. Obtenido de <https://sobregenerenciayempresa.blogspot.com/2013/05/percepcion-y-posicionamiento.html>
- Porter, M. (1980). *COMPETITIVE STRATEGY*. New York.
- Requena Ponce, M., & Serrano López, G. (2007). *Calidad de servicio desde la perspectiva del cliente*. Caracas.
- Solano, J.; Pazmiño, K.; Fernández, K.; Rojas, K. (2017). Medición de la calidad de servicios gastronómicos: caso de restaurantes ubicados en la zona de afluencia turística en Puerto Bolívar, Puerto Jely y Puerto Hualtaco. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/empresas/8-medicion-calidad.pdf>
- Solano, J. & Uzcátegui, C. (2017). Validez y confiabilidad de una escala de medida para la calidad del servicio de los restaurantes ubicados en la zona turística de Puerto Bolívar. *Revista Universidad y Sociedad*. 9 (1). La Habana. Disponible en: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/513/338>
- Verdezoto, E. M. (16 de Mayo de 2016). *GESTIÓN HOTELERA Y GESTIÓN TURÍSTICA*. Recuperado el 22 de Junio de 2017, de <https://es.linkedin.com/pulse/12-estrategias-para-mejorar-el-servicio-en-un-bar-michuy-verdezoto>
- Zeithaml, Berry, & Parasuraman. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 41-50.
- Zeithaml, V., & Berry, L. (2010). *American Marketing Association*. Marketing49.

(Julio 2017)

REGISTRO DE LA COCINA TRADICIONAL OAXAQUEÑA COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE MÉXICO

MAIE. Sonia Altamira Contreras

Docente de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca, México
chefsonialtamira@gmail.com

MCE. Verónica Elizabeth Trujillo Martínez.

Docente de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca, México
verog9oax@gmail.com

Resumen

El presente trabajo realiza un recorrido de la gastronomía prehispánica del México antiguo hasta nuestros días. De igual forma, se desarrolla el registro de la cocina tradicional del estado de Oaxaca, México, en específico la de Zimatlán de Álvarez, como parte del fortalecimiento del patrimonio cultural inmaterial que en conjunto con la guía de la UNESCO a través de los inventarios, se plasman no sólo recetas, sino tradiciones, creencias, utensilios, insumos y generalidades del mercado local.

Palabras Claves

Registro, cocina tradicional, patrimonio, gastronomía

Abstract

The following work explores the path followed by the pre-Hispanic gastronomy of ancient Mexico to the present day. Likewise, the traditional cuisine of the state of Oaxaca, Mexico, specifically the one from Zimatlan de Alvarez, developed as part of the strengthening of the intangible cultural heritage, which together with the UNESCO guide through the inventories. Along the research, are embodied not only recipes, but traditions, beliefs, utensils, ingredients and generalities of the local market.

Keywords

Registry, traditional cuisine, heritage, gastronomy

Desde la población más humilde hasta la más adinerada, la comida del México antiguo muestra una inmensa variedad del entorno de aquellos días. Productos como los insectos, algunos animales y plantas de todos tipos fueron aprovechadas por nuestros antepasados que utilizaban de manera muy sabia, todo lo que la naturaleza les proporcionaba.

De este modo, se transformaban los productos que se recolectaban y los animales que se cazaban para tener como resultado, platillos con sabores tan peculiares que se remarcaba que la imaginación no tenía límites.

De acuerdo con Del Villar (2002), esta armonía se refleja sobre todo en sus conocimientos astronómicos, botánicos, medicinales, arquitectónicos y agrícolas, así como en su religión, artes, fiestas y en las costumbres que regían su ciclo de vida, logrando así la autosuficiencia.

Su empeño en la agricultura, hizo que en la milpa, se cultivaran productos como el maíz, la calabaza, el frijol y un sinnúmero de plantas, sobre todo los quelites e incluso pequeños insectos comestibles con una gran cantidad de proteínas que hacían que su consumo significara una dieta equilibrada para la mayoría de los habitantes del México prehispánico.

La agricultura, con el tiempo, se hizo más compleja mediante la aparición y desarrollo de técnicas e instrumentos que permitieron domesticar una mayor cantidad de especies como: jitomates, tomates, cacahuates, frijoles, amaranto, chiles, huauzontles, aguacates, zapotes, capulines, mameyes, guayabas, nanches, entre muchas otras, a través de una selección previa y de acuerdo con las necesidades alimentarias (Colección Atlas Cultural, 1988).

El Consorcio Educativo Matíz (2013), mencionó que las grandes aportaciones de México para el mundo, son el cacao, la vainilla, el chile, entre otros alimentos que se cultivaban también en Mesoamérica.

Se tienen testimonios culinarios gracias a las fuentes históricas de códices, manuscritos y restos arqueológicos, que van de microscópicas muestras de polen y semillas a las osamentas de una amplia variedad de animales, que con ayuda de las técnicas arqueológicas modernas, se han permitido analizar en detalle y determinar la alimentación del hombre prehispánico.

Otra aportación cultural de gran importancia en la comida prehispánica fueron los utensilios que se utilizaban para preparar la diversidad de platillos, ya que para martajar, se ocupaban piedras y se pasó al uso del molcajete y el metate los cuales permitieron un molido mucho más fino al momento de incluir semillas, plantas, vegetales y frutas en las preparaciones. En vestigios arqueológicos también se encontró que se utilizaban jícaras y bules para transportar agua y ollas, jarras, vasos, copas y platos para comer y beber.

Otro factor importante en el consumo y la preparación de los alimentos en la cultura mexicana, son las creencias, que según Ávila, Bastarrachea, Díaz, Flechisig, Moedano, Norman, Pérez San Vicente, Salinas, Suárez y Vargas (1988), tienen todos los pueblos acerca de los efectos que la comida puede producir en el organismo. En nuestro país, se tiene información de la época de la conquista, gracias a los escritos realizados por los frailes que indican que existía la idea de que el cuerpo debía mantener un equilibrio entre el calor y el frío.

Ambas nociones, difieren del actual concepto de temperatura; se atribuía a los alimentos la propiedad de ser “fríos” o “calientes”, lo cual intervenía en el equilibrio corporal, por ejemplo, el pulque se consumía por ancianos y por personas que

realizaban largas jornadas de trabajo, bajo la premisa de que es una bebida que calienta el cuerpo, idea que se mantiene hasta nuestros días.

Como este ejemplo, existe una gran diversidad de creencias que acompañan a los ingredientes que aún se utilizan en la preparación de gastronomía tradicional de las regiones del país. Núñez (2011) hace referencia a la vida de la cocinera tradicional Abigail Mendoza Ruiz mencionó que existen muchas creencias en la población de Teotitlán del Valle, Oaxaca, pueblo que la vio nacer y en donde son únicamente las mujeres casadas quienes pueden ir a comprar sus ingredientes al mercado tal como lo marcan las normas de comportamiento impuestas por la población.

La cultura mexicana se ha ido incorporando y perfilando durante ya casi 500 años, con prehispánicos antecedentes y resultados del mestizaje que se dio con la llegada de los españoles.

Se puede afirmar que un gran número de personas en México, conserva sus costumbres alimenticias ya que la dieta prehispánica ha demostrado ser sana y equilibrada haciéndolas autosuficientes cuando sus tradiciones se respetan. Es cierto también, que hoy en día, existen nuevos ingredientes, derivados del mestizaje, de la interculturalidad y la globalización, lo que ha generado una penetración cultural que intenta acabar con la gastronomía local existente y la cultura que la abraza en las diversas regiones del país.

Si se quisiera realizar un estudio a profundidad de la gastronomía y su entorno, es necesario hacer una subdivisión de la República Mexicana, y para ello, se puede considerar la marcada por la historiadora y gastronoma mexicana Guadalupe Pérez San Vicente, misma que es retomada por el Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana y en la que dicta que el territorio mexicano se divide en 12 regiones, dentro de las que se encuentran:

Tabla 1.

Regiones Gastronómicas de México

Región Gastronómica	Estados de la República Mexicana
Baja California	Está conformada por la península que comprende los estados de Baja California y Baja California Sur.
Pacífico Norte	Comprende los estados de Sonora; Sinaloa y el norte de Nayarit.
Altiplano Norte	La conforman los estados de Chihuahua; Coahuila; Nuevo León; Durango; el norte de Zacatecas y el norte de San Luis Potosí.
Golfo Norte	Está comprendida por el estado de Tamaulipas y el noreste de Veracruz.
Pacífico Centro	Se conforma por el sur de Nayarit; sur de Jalisco; el estado de Colima; el sur de Michoacán y el norte de Guerrero.
Altiplano Centro	Está integrada por el norte y centro de Jalisco; el sur de Zacatecas; el centro de San Luis Potosí; el estado de Aguascalientes; Guanajuato; el centro y sur de Querétaro; el centro y sur de Hidalgo; el norte y centro de Michoacán; el Estado de México; Tlaxcala; Puebla; Morelos; el centro de Guerrero y el Distrito Federal (hoy llamado Ciudad de México).

Huasteca	Es una región compartida por el sur de Tamaulipas, el sureste de San Luis Potosí, el noreste de Hidalgo; el norte de Veracruz y el noreste de Querétaro.
Golfo Centro	Está conformada por los territorios que comprenden al centro y sur del estado de Veracruz.
Pacífico Sur	Se conforma por el área sur de los estados de Guerrero, Oaxaca y Chiapas.
Altiplano Sur	Está comprendida por las zonas norte y centro de Oaxaca y el centro de Chiapas.
Golfo Sur	Esta región la compone el estado de Tabasco y el norte del estado de Chiapas.
Yucatán	Se integra por los estados de Campeche, Quintana Roo y Yucatán.

Nota: Fuente: Pérez San Vicente (2002, pp.92-93).



Figura 1. Mapa de las regiones gastronómicas. Fuente:

El estado de Oaxaca es un estado muy extenso, hablando territorialmente, se caracteriza por su diversidad cultural, sus festividades y tradiciones, su arte, sus habitantes y sobre todo su rica variedad gastronómica.

Su cultura gastronómica ha incorporado elementos de la cocina prehispánica haciéndolos propios, así como la preferencia de los productos locales, agregando a ellos la creatividad y dando a sus platillos aromas, colores y exquisitos sabores.

Oaxaca está formada por 570 municipios, donde conviven más de 16 grupos culturales con costumbres y tradiciones muy diferentes entre sí; entre las lenguas indígenas más habladas están las lenguas zapotecas, las lenguas mixtecas, el mazateco y el mixe, que según el INEGI (2010) hacen un total de 929,692 hablantes.

El estado está dividido en 8 regiones que son: Cañada, Costa, Istmo, Mixteca, Cuenca del Papaloapan, Sierra Sur, Sierra Norte y los Valles Centrales, que es en donde ubicamos nuestro objeto de estudio.

La región de Valles Centrales así como las demás regiones del estado, se han visto inmersas en una problemática derivada de la migración de gran parte de la población al país vecino de Estados Unidos, lo que trae consigo la introducción de nuevas costumbres y formas de comer, haciendo que las nuevas generaciones vayan perdiendo el interés por conocer un poco más de la extensa cultura gastronómica del estado de Oaxaca.

Sin embargo, no podemos dejar de lado que también existen personas que regresan a sus comunidades reafirmando su identidad y la vinculación con sus tradiciones.

Por ello, y con la finalidad de preservar el patrimonio cultural inmaterial que incluye las prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y aptitudes -como los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales asociados- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconocen como parte suya.

Por lo consiguiente, la UNESCO ha decidido mantener: a) las tradiciones y expresiones orales, incluida la lengua como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; b) las artes escénicas; c) prácticas sociales, rituales y eventos festivos; d) conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo; e) artesanía tradicional.

La “salvaguardia” de lo anterior requiere de las medidas destinadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial incluida la identificación, la documentación, la investigación, la preservación, la protección, la promoción, la mejora, la transmisión, en particular mediante la educación formal y no formal de los diversos aspectos de dicho patrimonio.

Cabe mencionar que las cocinas tradicionales pueden volverse patrimonio cultural inmaterial siempre y cuando sean un elemento fundamental de la identidad cultural de las comunidades que la practican y transmiten de generación en generación. Por ello, en 2010, la UNESCO declara como patrimonio cultural inmaterial a la cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva, acto que inicia con la petición de la gastronomía de Michoacán pero que hoy en día se extiende a toda la República Mexicana.

La salvaguardia de la gastronomía tradicional implica la inclusión no sólo de las organizaciones e instituciones del país, como es el caso de la Comisión Nacional para el Conocimiento y uso de la Biodiversidad (CONABIO) y el Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana (CCGM), sino también de particulares como Ricardo Muñoz Zurita, Cristina Barros y de cocineras tradicionales como es el caso de Abigail Mendoza Ruiz (digna representante internacional del estado de Oaxaca).

Para dar continuidad a lo anterior, se requiere de fomentar la participación pública más alta posible y para nuestro caso, lo haremos desde nuestra labor como docentes de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca, que

es la primera universidad en ofertar la carrera de Gastronomía a nivel público dentro del Estado.

La Secretaría de Turismo (Sectur) en el año 2016, dio a conocer un decreto mediante el cual se establece el 16 de noviembre de cada año, como día nacional de la Gastronomía Mexicana, con la finalidad de impulsar la riqueza natural y cultural del país y ubicar a México como destino turístico de clase mundial. Además, el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, prevé como líneas de acción, entre otras, promover la difusión del valor del patrimonio natural, histórico, cultural y gastronómico del país.

Lo anteriormente mencionado, conlleva a una responsabilidad de todos los mexicanos y sobre todo, de aquellos que se encuentran vinculados en la educación de los jóvenes, para que se comiencen a trabajar estrategias que permitan la identificación y rescate de la gastronomía mexicana.

Como docentes, se da la propuesta de alinearse a los formatos de recopilación que utiliza el CCGM y que contienen el registro de las cocinas tradicionales de México mediante los inventarios, que se definen como el registro sistematizado de bienes de una comunidad y que incluye todos aquellos elementos que le dan valor patrimonial al bien; considera la dinámica propia del patrimonio vivo; no deja fuera aquellas manifestaciones recién desaparecidas pero que todavía están en la memoria colectiva de la comunidad; incluye las formas de preservación y de transmisión de los saberes, así como reconoce al grupo o individuos que preservan este bien.

Para ello, será necesario hacer una categorización de la siguiente manera:

1. Cocina tradicional
2. Preparación tradicional
3. Recurso natural
4. Mercados
5. Receta

Formato 1. Cocina Tradicional

Consiste en la ubicación de los platillos representativos en una ubicación geográfica que se encuentra dentro de una región gastronómica de acuerdo con el CCGM. Hace mención de los productos locales utilizados para su elaboración, así como de las técnicas, procesos, utensilios, herramientas utilizadas, mitos, concepciones y relación con otras manifestaciones culturales.

Formato 2. Preparación tradicional

Este formato recopila información de un platillo en específico al mismo tiempo que explica las técnicas y utensilios que se requieren para su elaboración. Una parte importante de este formato es que hace énfasis en la pervivencia y la continuidad

de la preparación así como los riesgos que presenta de desaparecer de la gastronomía tradicional del lugar.

Formato 3. Recurso natural

En este formato se trabaja con los ingredientes oriundos o necesarios para realizar cada uno de los platos que se mencionan como representativos de la cocina tradicional. Se explica el proceso de su obtención, las técnicas utilizadas para su aprovechamiento alimentario y la función social, de hábitos y costumbres vinculadas al producto.

Formato 4. Mercados

Este documento permite registrar la existencia de mercados o tianguis y reconocer los productos principales que se ofrecen en él. Permite también, identificar si existen riesgos de desaparición del establecimiento físico.

Formato 5. Receta

En este último formato de recopilación de información, se explica una preparación representativa de un lugar identificado dentro de la región gastronómica en que se divide la República Mexicana según el CCGM. Para realizar el registro, deben conocerse los ingredientes y las cantidades necesarias para su elaboración. Este formato se completa con la preparación paso a paso y una foto de la presentación del platillo.



En algunos casos, deben tomarse medidas legales y formales para garantizar los derechos de acceso de la comunidad a sus lugares sagrados, objetos cruciales o recursos naturales necesarios para la realización de prácticas sociales, rituales y eventos festivos. Motivo por el cual, el ejemplo que a continuación se muestra, representa un esfuerzo por registrar y salvaguardar los elementos de la cocina tradicional del municipio de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca de manera respetuosa y apegándose a los formatos anteriormente mencionados.

REGISTRO DE LAS COCINAS TRADICIONALES

FORMATO 1. COCINA TRADICIONAL

1.	COCINA TRADICIONAL
1.a	Región Gastronómica <i>Altiplano Sur</i>
1.b	Ubicación geográfica <i>Zimatlán de Álvarez, Oaxaca</i>
1.c	Ámbito(s) representado(s) <i>Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.</i>
1.d	Grupos de población <i>Mestizo e indígenas</i>
2.	DESCRIPCIÓN
2.a	Nombre de las preparaciones representativas

	<i>Guiñadú/GÜñadú, (zapoteco), Quelites, Guías, Chichilo, Batido de calabaza, Tepache, Chocolate-atole/atole de pinol, Garbanzo en dulce, Barbacoa, Mole, Coloradito, Estofado.</i>
2.b	Principales productos locales utilizados <i>Frijol (Phaseolus vulgaris L.), maíz (Zea mays), hierba de conejo (Fumaria officinalis), flor de frijolón/quelites(Phaseolus vulgaris L.), chepiles(cratularia puniila ort.), calabaza(curcubita pepo), elote(Zea Mays linnaeus), chile chilcoxtle (capsicum annunm), manzana criolla(Malus Domestica Borkh), tomate (Lycopersicum esculentum), chayote y pitona.</i>
2.c	Principales técnicas y procesos utilizados <i>Molienda en metate, tostado, asado, cocción a la leña y al carbón, horneado, fermentados.</i>
2.d	Principales utensilios y herramientas utilizados <i>Cazuelas de barro, palas de madera, anafre, bracero, comal, leña, carbón, metate, horno, molinillo, jarrón de barro, carrizo.</i>
2.e	Recetas correspondientes a las preparaciones representativas <i>(Ver Formato 5. Receta).</i>
2.f	Pervivencia y continuidad <i>(Describir origen, cambios y adaptaciones al día de hoy sin desvirtuar su esencia). Manera de transmisión: oral</i>
2.g	Relación de la cocina tradicional con la cosmovisión, los mitos y, las concepciones sobre la salud y la enfermedad <i>La cocina tradicional de Zimatlán de Álvarez, ha pasado de generación en generación mediante el traslado de la recetas de las madres a sus hijas.</i>
2.h	Función social, hábitos y costumbres propias <i>En el caso de los moles, la barbacoa y el atole de pinol, son alimentos que normalmente solo se sirven en ocasiones festivas, como bodas, bautizos, xv años, cumpleaños, ceras (recorrido por las principales calles de la población llevando consigo velas adornadas con el mismo material), calendas. Para el almuerzo se sirve el coloradito, ya sea solo o en forma de enchilada, una taza de chocolate o de atole de pinol, hay casos en los que se pueden ofrecer ambas bebidas, dependiendo del anfitrión. Para la comida, se sirve el mole negro acompañado de arroz blanco, estofado, barbacoa (ésta puede ser de res, de chivo o de borrego, siendo la barbacoa de chivo la más común) o coloradito. Antes de la comida se acostumbra tomar una copa de mezcal, éste se sirve en copas de carrizo o en chiles de agua (al chile se le quitan las semillas y el pedúnculo). El tepache comúnmente solo se sirve en las calendas, ceras o convites. El batido de calabaza es un postre y se consume con más frecuencia en el mes de noviembre, ya que en este mes es cuando se da la cosecha de calabaza, no está relacionado con una festividad en especial, es un alimento de consumo cotidiano, se sirve después de la comida o a cualquier hora del día según el gusto de cada persona. Lo mismo en el caso del garbanzo en dulce, la diferencia es que este alimento solo se consume en temporadas donde se da el garbanzo.</i>
2.i	Alimentos y preparaciones específicos relacionados con otras manifestaciones culturales <i>Para las festividades familiares, se consumen las guías con tasajo, el chichilo, caldo de res, pollo enchilado. En cuanto a celebraciones religiosas, se acostumbra preparar tortitas de papa, pescado frito (mojarra), filete de pescado, y agua de chilacayota (endulzada con panela).</i>

3	DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA <i>(Imágenes, video, audio, mapas y bibliografía).</i> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <p><i>Figura 2. Calenda</i></p> <p><i>Figura 3. Convite de Cera</i></p> </div>
4.	RIESGOS <i>Los principales factores de riesgo para la cocina tradicional son: la falta de interés por aprender de esa cultura gastronómica que nos ofrecen las personas que realmente saben al respecto, la creciente promoción de establecimientos de comida rápida, al igual que la falta de tiempo para quedarse en casa y preparar algún guiso, la simplificación de procesos o métodos para ahorrar tiempo, ya que actualmente ya es rara la persona que use el metate para la molienda de maíz, chile, cacao, o cualquier otro alimento; o el simple hecho de cocinar en anafre y carbón, puesto que es mucho más rápido y sencillo hacerlo en la estufa y, la migración que impacta en la gastronomía local, debido a la inserción de comida de otros países.</i>
5.	NOMBRE DE LOS PORTADORES Y TRASMISORES <i>Marina Florean Trinidad, Criselda Florean Méndez, Heriberto simón</i>
6.	RESPONSABLE DEL REGISTRO Y FECHA <i>MAIE. Sonia Altamira Contreras LG. Lezlie Gabriela Hernández Floreán MCE. Verónica Elizabeth Trujillo Martínez</i>

REGISTRO DE LAS COCINAS TRADICIONALES

FORMATO 2. PREPARACIÓN TRADICIONAL

1.	PREPARACIÓN TRADICIONAL
1.a	Nombre <i>Nombre en español: Guiñadú</i> <i>Nombre en la lengua a la cual pertenece la preparación: Güñadú</i>
1.b	Región Gastronómica <i>Altiplano Sur</i>
1.c	Ubicación geográfica <i>Oaxaca, Zimatlán de Álvarez</i>
1.d	Ámbito(s) representado(s) <i>Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo</i>
1.e	Grupos de población <i>Mestizo e indígenas</i>
2.	DESCRIPCIÓN
2.a	Principales productos locales utilizados <i>(Nombre en español, en la lengua y escritura de la comunidad a la que pertenecen, otros nombres por los cuales se le conoce).</i> <i>Frijol, cebolla, ajo, epazote, sal, masa, agua, hierba de conejo, hoja de aguacate, chile serrano y tepiche.</i>
2.b	Principales técnicas y procesos utilizados <i>Molienda y Cocción</i>
2.c	Principales utensilios y herramientas utilizados <i>Metate, olla de barro, pala de madera y brasero de leña.</i>
2.d	Recetas correspondientes

	(Ver Formato 5. Receta).
2.e	Pervivencia y continuidad <i>Es un platillo de preparación vigente, pero que ha sufrido cambios con el paso del tiempo en cuanto a las herramientas de preparación y a sus ingredientes, ya que con anterioridad sus ingredientes se molían en metate y se cocían en un bracero de leña, contrario a la actualidad, que estas herramientas se sustituyeron por la licuadora y la estufa respectivamente. Los ingredientes han variado un poco, ya que ahora no agregan a la preparación los tepiches, dando así una variación al sabor.</i> <i>Manera de transmisión: oral</i>
2.f	Relación de la preparación tradicional con la cosmovisión, los mitos y, las concepciones sobre la salud y la enfermedad
2.g	Función social, hábitos y costumbres propias <i>El guiñadú es un platillo muy antiguo, que se ha transmitido de generación en generación, y que debe ser considerado como un símbolo vivo de la cocina tradicional oaxaqueña, ya que por sus sabores y textura resulta un verdadero placer comerlo, es por esta razón que dentro de la comunidad sienten como suyo este platillo, cada quién le imprime su toque único, la familia se une desde el comienzo de la preparación del platillo, participando todos los integrantes en el proceso, las abuelitas o las mamás llaman a sus hijas, y les enseñaban a moler en el metate, a preparar el bracero, y a preparar el guiñadú, desde los ingredientes hasta la técnica y los tiempos de cocción.</i> <i>Es una preparación cotidiana y se sirve como comida.</i>
2.h	Preparación específica relacionada con otras manifestaciones culturales <i>Esta preparación forma parte de la festividades familiares, como cumpleaños, aunque las personas mayores le llaman “celebrar su santo”, ya que antes para nombrar a sus hijos usaban el nombre del santo que caía el día de sus nacimiento, según el calendario de la religión católica.</i>
3.	DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA  <p style="text-align: center;"><i>Figura 4. Tepiches</i></p>
4.	RIESGOS <i>El principal factor de riesgo de desaparecer o desvirtuar este platillo es la falta de interés en la actualidad de parte de las mujeres de cada familia por aprender a elaborar este platillo, ya sea por la falta de tiempo, o porque piensan que es muy complicado.</i>
5.	NOMBRE DE LOS PORTADORES Y TRANSMISORES <i>Rosario Pérez Martínez. Olga Estela Amaya Amaya, Marina Floreán Trinidad, Bertha Torres Méndez</i>
6.	RESPONSABLE DEL REGISTRO Y FECHA <i>MAIE. Sonia Altamira Contreras</i> <i>LG. Lezlie Gabriela Hernández Floreán</i> <i>MCE. Verónica Elizabeth Trujillo Martínez</i>

REGISTRO DE LAS COCINAS TRADICIONALES

FORMATO 3. RECURSO NATURAL


1.	RECURSO NATURAL <i>Frijoles</i>
1.a	Nombre <i>Frijoles</i> Nombre científico: <i>(Phaseolus vulgaris L.)</i>

1.b	Región Gastronómica <i>Altiplano Sur</i>
1.c	Ubicación geográfica <i>Oaxaca, Zimatlán de Álvarez</i>
1.d	Ámbito(s) representado(s) <i>Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo</i>
1.e	Grupos de población <i>Mestizo e indígenas</i>
2.	DESCRIPCIÓN
2.a	Principales técnicas y procesos para su obtención <i>El producto se puede obtener a través del comercio y a través del autoabasto, ya que quienes tienen terrenos para sembrar venden o comercializan el producto en el mercado, y otros tantos se quedan con cierta cantidad del producto para su consumo. Este producto se siembra y se cosecha en cualquier época de año.</i>
2.b	Principales técnicas y procesos utilizados para su aprovechamiento alimentario <i>El producto es utilizado parcialmente, puesto que de la planta solo se usan los frijoles, y las flores, que en esta comunidad se les llama quelites, y los tallos y hojas son desechados.</i>
2.c	Principales utensilios y herramientas utilizados para su obtención <i>Arado, sistemas de riego, canastas y costales.</i>
2.d	Principales utensilios y herramientas utilizados para su aprovechamiento Alimentario <i>En realidad no se necesitan utensilios y herramientas, ya que cuando la planta esté dando flores, éstas se recolectan de manera manual, y se van colocando en una canasta, una vez que la planta haya dado ejotes, éstos se arrancan y son llevados a secar, una vez secos, se aplastan, los campesinos caminan sobre ellos, posteriormente, se escogen o se separan los frijoles de sus vainas y se guardan en costales.</i>
2.e	Recetas correspondientes <i>(Ver Receta1).</i>
2.f	Pervivencia y continuidad en su obtención y aprovechamiento en productos de autoabasto <i>Actualmente ya no se usa el arado con animales (toros o caballos) y le han dado prioridad al uso del tractor, para ahorrar tiempo y simplificar el proceso. Manera de transmisión: oral</i>
2.g	Relación del recurso natural con la cosmovisión, los mitos y, las concepciones sobre la salud y la enfermedad
2.h	Función social, hábitos y costumbres propias <i>Este producto está incluido dentro de las preparaciones cotidianas y festivas y se cultiva o cosecha en cualquier época del año.</i>
2.i	Preparación específica relacionada con otras manifestaciones culturales <i>(Describir si el recurso natural forma parte de otras expresiones de la cultura, como festividades familiares o comunitarias, celebraciones rituales o religiosas, etcétera).</i>
3.	DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA <i>(Imágenes, video, audio, mapas y bibliografía).</i>
4.	RIESGOS <i>(Identificar los factores principales que ponen en riesgo la pervivencia de este recurso).</i>
5.	NOMBRE DE LOS PORTADORES Y TRANSMISORES <i>Jorge Martínez Santos, Heriberto Simón Echeverría, Lorenzo Martínez</i>
6.	RESPONSABLE DEL REGISTRO Y FECHA <i>MAIE. Sonia Altamira Contreras LG. Lezlie Gabriela Hernández Floreán MCE. Verónica Elizabeth Trujillo Martínez</i>

REGISTRO DE LAS COCINAS TRADICIONALES

FORMATO 4. MERCADOS

1.	MERCADOS
1.a	Región Gastronómica <i>Altiplano Sur</i>
1.b	Ubicación geográfica <i>Mercado "Leoncio González"</i> <i>Avenida Juárez, Barrio San Lorenzo, Zimatlán de Álvarez Oaxaca. C.P. 71200</i>
1.c	Ámbito(s) representado(s) <i>Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.</i>
1.d	Grupos de población <i>Mestizo</i>
2.	DESCRIPCIÓN
2.a	Tipo de mercado <i>Mercado establecido (sólo los miércoles).</i> <i>Ventas al mayoreo y menudeo.</i>
2.b	Principales productos en venta: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Frescos: frutas y verduras; carnes (res, cerdo, pollo); pescados y mariscos.</i> • <i>De temporada: quelites (flor de frijolón), quintoniles, verdolagas, guías de calabaza, chepiches, menta, chepiles, elotes, piojito, hierba santa, albahaca, romero, jamaica, tamarindo, uva, mamey, durazno criollo, peras criollas, manzana panochera, membrillos, chabacano, mango, tunas, pitayas, chichozapotes, zapotes, níspero, plátano, pescado seco.</i> • <i>Semillas: alpiste, de girasol, de calabaza, maíz, ajonjolí, frijoles en diversos colores, rojo, pinto amarillo, flor de mayo, flor de abril, mantequilla y santanero, panela o piloncillo.</i> • <i>Chiles secos: guajillo, chile ancho, chilcoxtle, chilhuacle, huajón, puya, cascabel, de árbol, pasilla mixe, mora, chipotle, taviche, chipotle meco</i> • <i>Especias: comino, clavo, pimienta, canela, azafrán, pasas, ajo, orégano, tomillo, laurel.</i> • <i>Quesos fresco, quesillo, panes (bolillo, telera, amarillo, pan de yema: caprichos, marquesote, cuernito, pintado y resobado, de manteca: payaso, chamucos y cochas; blancas y de chocolate)</i> • <i>Dulces regionales tradicionales: roscas, tortillas de manteca, mamones, ladrillos, culebras de panela, barquillos de lechecilla, gaznates, empanadas de lechecilla, nenguanitos fritos, pana y cocadas.</i> • <i>Yuca cocida con miel y camotes de colores cocidos.</i> • <i>Tortillas en sus variedades de maíces criollos, azul, amarillo y de maíz de bolita, tlayudas, blandas y tostadas.</i> • <i>Masa nixtamalizada para tortillas y tamales y masa sin cal para atole.</i> • <i>Tisateras- yerberas (venta de hierbas para curar los riñones, itamorreal para curar heridas, amole para lavar el cabello, suelda consuela para fijar los huesos después de una fractura, hierba de sapo para lavar heridas, la malva para cólicos y para desinflamar, árnica para desinflamar, hierba de cola de caballo para los riñones, entre otros).</i> • <i>Flores de la región, sombreros, huaraches y muebles de madera.</i> • <i>Palas y palos de maderas para revolver.</i> • <i>Leña, carbón y cal.</i> • <i>Venta de chapulines chicos, medianos y grandes, tamales de mole negro,</i>

	<p><i>rajas, dulce, de salsa verde, de mole verde, de mole amarillo, barbacoa de chivo y borrego, atoles (batido de calabaza tamala con piloncillo, canela y granos de maíz cocido, cuando es de calabaza verde lleva trozos de elote tierno) y tejate.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Loza de barro verde de Atzompa.</i> • <i>Venta de animales en pie (baratillo), a determinadas horas después de la venta más relevante del día se vive el trueque, ya que para no volver con sus animales, estos son cambiados por leña, carbón, ropa y comida (tortillas, pan y frutas).</i>
2.c	<p>Otras áreas del mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Puestos de comida (comida tradicional oaxaqueña).</i> • <i>Venta de productos y artículos relacionados con festividades importantes para la región o localidad (sólo en la temporada).</i> • <i>Semana santa: pescados, chiles rellenos, tortitas de papa y palma</i> • <i>Día de muertos: frutas en conserva, moles (negro, coloradito), chocolate, flor de cempasúchil, cresta de gallo y disfraces.</i>
3.	<p>DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA</p>  <p><i>Figura 5. Mercado de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca</i></p>
4.	<p>RIESGOS</p> <p><i>Quizá uno de los factores de riesgo más inminente e importante que afecta de manera directa al mercado de Zimatlán, son las crecientes apariciones de supermercados, lo cual representa una gran pérdida para los vendedores y pequeños productores del mercado.</i></p>
5.	<p>NOMBRE DE LOS INFORMANTES</p> <p><i>Joel Cuevas Campos, Rosalina Ruíz, Griselda Torres, Juanita Hernández Amaya, Isabel cuevas López, Rufina García, Elena Ramírez Sánchez, Asunción Reyes Hernández, Iraís león Villaverde, Biandina Cruz, Rosario Méndez, María Olivia García García, Edith Mendoza, Elia Aquino Méndez, Dolores Hernández, Enrique López, Teresa Hernández Amaya, Sinforosa Martínez, Martha Martínez, Julián Enrique Gómez.</i></p>
6.	<p>RESPONSABLE DEL REGISTRO Y FECHA</p> <p><i>MAIE. Sonia Altamira Contreras</i> <i>LG. Lezlie Gabriela Hernández Floreán</i> <i>MCE. Verónica Elizabeth Trujillo Martínez</i></p>

REGISTRO DE LAS COCINAS TRADICIONALES

FORMATO 5. RECETA

Nombre de la receta: <i>Guiñadú/Güñadú (Zapoteco)</i>	
Origen: <i>Región gastronómica; altiplano sur Zimatlán de Álvarez</i>	
Tipo de preparación: <i>Plato Fuerte</i>	
Rendimiento: <i>15 porciones</i>	
INGREDIENTES	CANTIDAD
<i>Frijol</i>	<i>1 kg</i>
<i>Cebolla</i>	<i>100 gr</i>
<i>Ajo</i>	<i>10 gr</i>
<i>Epazote</i>	<i>50 gr</i>
<i>Sal</i>	<i>c/n</i>
<i>Masa</i>	<i>1 kg</i>
<i>Agua</i>	<i>1 taza</i>
<i>Hierba de conejo</i>	<i>100 gr</i>
<i>Hoja de aguacate</i>	<i>5 hojas</i>
<i>Chile serrano</i>	<i>80 gr</i>
<i>Tepiche</i>	<i>50 gr</i>
PROCEDIMIENTOS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cocer los frijoles con la cebolla, ajo, sal y epazote en una olla de barro, y en un brasero de leña, por 3 horas aproximadamente. 2. Amasar medio kilo de masa y hacer chochoyotes, una vez hechos, añadirlos a los frijoles, dejar cocinar por 30 minutos. 3. Batir el otro medio kg de masa con la taza de agua, deshacer todos los grumos, agregar también a los frijoles. Dejar cocinar por 15 minutos. 4. En un metate, moler la yerba de conejo, hoja de aguacate y el chile serrano, añadir todo esto ya molido a la mezcla anterior, cocinar por 15 minutos más, después de esto, sazonar con tepiches. Servir caliente. 	

FOTOGRAFÍA
 <p style="margin-top: 10px;">Figura 6. Cocción del guiñadú en olla de barro, chochoyotes, y presentación del platillo</p>

La razón por la que se realiza el registro de la cocina tradicional, es porque a los pueblos se nos olvidan nuestras costumbres y tradiciones, dejando a un lado la forma como fuimos educados y la manera en que nuestros antepasados se enfrentaban a una situación cotidiana influenciados en ocasiones por otras culturas y entornos.

Podemos concluir que México al igual que el resto del mundo ha realizado aportaciones en el ámbito gastronómico, existen evidencias históricas que aparecen en códices, manuscritos y restos arqueológicos mexicanos que con la ayuda de las técnicas arqueológicas, se han analizado en la época moderna y que permiten corroborar los aportes.

Para ayudar a la preservación del patrimonio cultural inmaterial, propuesta realizada por la UNESCO y de la que México forma parte con la cocina mexicana tradicional a partir del 2010, es necesario mantener y salvaguardar la composición autóctona de los alimentos y su contexto y como docentes, se realiza la propuesta de generar estrategias que permitan la identificación y el rescate de la cocina mexicana, especialmente la del estado de Oaxaca.

Para ello y de manera respetuosa, es necesario realizar los inventarios de las comunidades, bajo su esquema de tradiciones y costumbres, como un medio observador y contando previamente con el derecho de acceso de las partes involucradas.

Posteriormente, se considera pertinente realizar una vinculación entre los estudiantes y las comunidades que ayuden a mantener vivas las tradiciones, costumbres y la elaboración de las recetas previamente recolectadas. De igual forma, se debe fortalecer la unión con las cocineras tradicionales que representan a cada comunidad, pues son ellas quienes mayormente traspasan de viva voz, la manera en que se realizan las preparaciones tradicionales.

Debiéndose realizar como una actividad constante para fortalecer los esfuerzos necesarios que ayuden incluso a generar conciencia en las generaciones futuras, ya que no se trata de solo rellenar los formatos que se plantean anteriormente sino que cada uno de los rublos requiere de una serie de instrumentos de recolección como entrevistas, encuestas y charlas informales, propiciando previamente un clima de confianza para que la actividad se pueda realizar de la mejor manera posible.

Fuentes de Información

Avila, D., Bastarrachea, J., Díaz, A., Flechsig, K., Moedano, G., Norman, O., Pérez San Viciente, G., Salinas, G., Suárez, M. y Vargas, L. (1988). *Atlas Cultural de México, Gastronomía*. México: Grupo Editorial Planeta.

Del Villar, M. (2002). Comida prehispánica. *Arqueología mexicana*. (12), 4-5.

Núñez, C.S. (2011). *Dishdaa'W "La palabra se entreteje en la comida infinita", La vida de Abigail Mendoza Ruíz*. Pp(48). México: Fundación Alfredo Harp Helú, Proveedora Escolar.

Pérez San Vicente, G. (2002). "Reflexiones y una teoría sobre la gastronomía mexicana", en Patrimonio cultural y turismo, Cuadernos. Congreso sobre Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural en América Latina y el Caribe. Memorias. Tomo I. México: CONACULTA.

SAGARPA. México en tu mesa (s.f.). Recuperado de mexicoentumesa.mx/regiones.html el 21 de mayo de 2017.

UNESCO. What is Intangible Cultural Heritage?. Recuperado de <https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003> el 4 de junio de 2017.

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

“LAS TÉCNICAS ETNOGRÁFICAS PARA LA IDENTIFICACIÓN Y LA DOCUMENTACIÓN DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO DE NAYARIT”

Dr. Jeraar Atahualpa Ramos García,¹

Universidad Autónoma de Nayarit.

jeraar999@gmail.com

M.C. Wendy Guadalupe Carvajal

Hermosillo,² Universidad Autónoma de
Nayarit.

wendy_gch@hotmail.com

Dr. José Salvador Rocha Arteaga,³

Universidad Autónoma de Nayarit.

jsalvarocha@hotmail.com

Resumen

En la actualidad las actividades de turismo se han diversificado generando el surgimiento de modalidades alternativas, entre ellas, aquellas que se enfocan en el aprovechamiento sustentable de los elementos del patrimonio cultural material e inmaterial; de ésta oferta emergente destaca el patrimonio gastronómico como un elemento diferenciador para el turismo. Nayarit es un espacio pluricultural y cuenta con un amplio patrimonio gastronómico, sin embargo, gran parte de él no se encuentra documentado. Es por lo anterior que surgió el interés por llevar a cabo la identificación y documentación de elementos gastronómicos endémicos, considerando a las técnicas etnográficas como la base para el levantamiento de campo.

Palabras clave: Patrimonio gastronómico, etnografía, inventario, documentación, Nayarit.

¹ Docente investigador de la Unidad Académica de Turismo. Doctor en Economía y Desarrollo Social. Miembro del Cuerpo Académico Educación Turística y Desarrollo Social.

² Docente investigadora de la Unidad Académica de Turismo. Maestra en Ciencias en Turismo Sustentable. Miembro del Cuerpo Académico Educación Turística y Desarrollo Social.

³ Docente investigador de la Unidad Académica de Turismo. Doctor en Gerencia Pública y Política Social. Colaborador del Cuerpo Académico Educación Turística y Desarrollo Social.

Introducción

Los turistas actuales viajan en búsqueda de experiencias enriquecedoras, los motiva un mayor contacto con la cultura de la localidad que visitan y se interesan por conocer más de la cultura de sus anfitriones. Esto ha propiciado una diversificación de los productos turísticos. Para llevar a cabo la planeación de estas modalidades de turismo se requiere realizar previamente la identificación de los elementos que conforman la riqueza cultural del destino. Considerando lo anterior, surge el interés por documentar el patrimonio cultural inmaterial de Nayarit, por lo que se planea la investigación con el objetivo de documentarlo a través de técnicas etnográficas, y con esto generar un inventario que coadyuve al diseño de futuros productos turísticos.

Metodología

El planteamiento de la investigación se inició desarrollando un soporte teórico conceptual que permitió orientar la investigación. Por lo tanto, como primer paso es necesario identificar qué es cultura, y posteriormente lo referente al patrimonio cultural inmaterial, para a partir de ello delimitar el campo de acción para la investigación, es decir, el patrimonio cultural inmaterial.

En este sentido se retoman algunas definiciones de cultura que han sentado las bases para la comprensión de la misma; Sir Edward Burnett Tylor en su obra “Antropología” desarrolla su definición de cultura, a la cual considera como *aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias. El arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad.* (Tylor, 1891 en Cuche 2002).

Otra de ellas es la desarrollada por Boas (1911) menciona que *puede definirse la cultura como la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectiva e individualmente, en relación a su ambiente natural, a otros grupos, a miembros del mismo grupo y de cada individuo hacia sí mismo. También incluye los productos de estas actividades y su función en la vida de los grupos. La simple enumeración de estos varios aspectos de la vida no constituye, empero, la cultura. Es más que todo esto, pues sus elementos no son independientes, poseen una estructura.* (Boas, 2011 en Álvarez, 2012)

Considerando las visiones anteriores se puede encontrar que para Tylor la cultura se caracteriza por ser singular, uniforme, progresiva y universal, mientras que para Boas ésta es plural, histórica, integrada, relativa y determinista.

Además de las concepciones científicas se han desarrollado conceptos institucionales y políticos que han configurado el actuar y la visión respecto al patrimonio cultural. Tal es el caso de la UNESCO; la cual en la Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural presenta una definición de patrimonio cultural:

son los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia, los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia, - los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico. (UNESCO, 1972)

A partir de la aprobación de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO en 2003, las acciones a favor del patrimonio cultural se han intensificado a nivel mundial. Dicho documento se establece la definición de Patrimonio Cultural Inmaterial como

los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible. (UNESCO, 2003).

De igual manera, la Convención incluye los ámbitos a través de los cuales se manifiesta el Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI), tales son:

a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; b) artes del espectáculo; c) usos sociales, rituales y actos festivos; d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; e) técnicas artesanales tradicionales.

En cada una de ellas se engloban diferentes elementos. En lo que respecta a las tradiciones y expresiones orales se incluyen las formas habladas que sirven para mantener conocimientos, valores culturales y sociales y la memoria colectiva, tales como los proverbios, adivinanzas, cuentos, leyendas, canciones infantiles, plegarias o representaciones dramáticas; las cuales, de acuerdo a la Unesco son fundamentales para mantener vivas las culturas.

En la categoría denominada artes del espectáculo se incluyen: música tradicional, la danza, el teatro, la pantomima y la poesía cantada. Asimismo, se consideran los elementos materiales y los espacios relacionados con estas manifestaciones culturales, desde máscaras e instrumentos musicales a indumentaria, adornos o decorados.

El ámbito usos sociales, rituales y actos festivos se refiere a las costumbres que forman parte de la vida de las comunidades y grupos, como elementos que reafirman su identidad y que en muchos casos están relacionados con acontecimientos significativos de la vida pública.

En el cuarto ámbito, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, se incluyen: saberes, técnicas, competencias, prácticas y representaciones que las comunidades han creado en su interacción con el medio natural, las cuales se ven reflejadas en ciertas expresiones de tradición oral, en la memoria, la espiritualidad y la visión del mundo compartida por las comunidades.

El quinto ámbito se refiere a las técnicas artesanales tradicionales, éste pone énfasis en las técnicas y conocimientos que permiten su elaboración no en el producto.

Una de las características consideradas en la definición de PCI que promueve la UNESCO es que la transmisión de dicho patrimonio se da de generación en generación; por lo tanto, para llevar a cabo su registro y documentación es necesario retomar metodologías que permitan integrar este tipo de información.

Considerando que los elementos anteriormente descritos forman parte de la cultura de un determinado grupo social, los portadores de éstas manifestaciones, por lo tanto se considera pertinente tomar como base de la investigación las técnicas etnográficas; ya que a través de ellas es factible obtener información de fuentes primarias, además, muchas de estos elementos se han transmitido de manera oral, por lo que su documentación, ya sea gráfica o textual, permite contribuir a su preservación. Por lo anterior se diseña la investigación desde la óptica del paradigma cualitativo, en base al método etnográfico, desde una perspectiva microhistórica. Utilizado tanto fuentes documentales como de campo.

Se considera la perspectiva cualitativa como la más apropiada para la implementación de la investigación pues se busca identificar y documentar los elementos del patrimonio cultural inmaterial desde la perspectiva propia de los portadores, quienes a partir de su experiencia cotidiana mantienen vivas sus tradiciones y costumbres.

Existen diversos caminos para indagar la realidad social, tales como el abordaje cuantitativo y el cualitativo; cada uno de ellos posee sus particularidades dado que se fundamentan epistemológicamente de forma distinta, de igual manera el diseño metodológico que utiliza cada uno de ellos varía entre sí. En el caso concreto de la investigación cualitativa Monje (2011) distingue las siguientes características:

- *Inductiva*: Parte de datos para desarrollar comprensión, conceptos y teoría; no para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos.
- *Naturalista*: Interacción con el informante de modo natural y no intrusivo; conversación normal en entrevistas, no intercambio formal de preguntas y respuestas.
- *Emic*: Perspectiva del actor. Comprender a las personas dentro de su propio marco de referencia.
- *Comprensiva*: No busca la “verdad” o “moralidad” sino la de las perspectivas del actor social.
- *Descriptiva*: Centra análisis en descripción observación de fenómenos y cosas observadas.
- *Holística*: Personas, escenarios, grupos no reductibles a variables, considerados como un todo. (Monje, 2011)

La investigación cualitativa se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto. (Hernández, 2010)

En lo que respecta al método etnográfico es el método de investigación utilizado para el estudio de los grupos sociales, de sus relaciones e interacción con su contexto. *Lo fundamental es el registro del conocimiento cultural, la investigación detallada de patrones de interacción social, el análisis holístico de las sociedades* (Rodríguez, 1996:44). Entre las técnicas etnográficas aplicadas en la investigación se encuentran la observación no participante, la observación participante y la entrevista, las cuales se describen a continuación.

a) La observación no participante

Es una técnica de recolección de información importante, ya que se pueden recolectar datos al margen de la participación del grupo investigado. En esta técnica el investigador permanece al margen de la situación observada, es solo un espectador.

b) La observación participante

“La observación participante es el proceso que faculta a los investigadores a aprender acerca de las actividades de las personas en estudio en el escenario natural a través de la observación y participando en sus actividades”. (Kawulich, 2005) La observación participante permite describir la realidad percibida a través de los cinco sentidos. Permite identificar variables, informantes, hechos trascendentales, entre otras cuestiones. A diferencia de la observación, la observación participante, se caracteriza por la interacción e inclusión del investigador con la comunidad investigada, la integración del observador en las actividades y eventos que los observados llevan a cabo.

La observación participante es un instrumento muy importante en el desarrollo de esta intervención, pues permite revisar expresiones no verbales de sentimientos que afloran, determinar quién interactúa con quien, comprender cómo los participantes se comunican entre ellos, y verificar cuánto tiempo se está empleando en determinadas actividades (Schmuch, 1997 citado en Pérez, 2016)

c) La entrevista

De acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española, entrevistar es tener una conversación con una o varias personas para un fin determinado. (RAE, 2017)

La entrevista es un proceso de evocación de la memoria; es un medio a través del cual se obtiene información. Una de las diferencias que tiene con la encuesta es que ésta puede ser completada sin intervención del encuestador, mientras que la entrevista exige una participación cara a cara del entrevistador con el entrevistado.

Existen diversos tipos de entrevistas y la elección de cada uno dependerá de las necesidades propias de la investigación y del entrevistado en cuestión. Las entrevistas pueden ser estructuradas en torno a cuestionarios fijos o ser conversacionales y flexibles, individuales o colectivas. Por otro lado, hay un tipo de entrevista mucho más abierta que permite al entrevistado armar lo que va a contar y que son conocidas como historias de vida. En ellas son tan importantes los segmentos del relato referidos al tema de investigación como la narración de la vida del relator, tanto en su contenido como en la forma de hacerlo.

De igual manera se toma en consideración un enfoque micro histórico, privilegiando los hechos y acontecimientos más representativos para cada una de las localidades investigadas. La microhistoria es una corriente historiográfica, llamada también historia pueblerina, parroquial, o de la patria chica. Se enfoca al estudio del pasado del hombre común, de la familia, de su terruño. Sigue la misma metodología de cualquier investigación histórica, dependiendo de la época de estudio es posible recurrir a otro tipo de fuentes, además de las documentales, como entrevistas, narraciones, fotografías, grabaciones, entre otros.

Para llevar a cabo la investigación se plantean una serie de pasos; de manera inicial se lleva a cabo la delimitación de las áreas de estudio; de igual manera se gestiona y lleva a cabo la capacitación de los participantes en el proyecto, entre los que se incluyen alumnos, tesistas y prestadores de servicio social, así como docentes. Posteriormente se realiza la investigación documental sobre los sitios en los que se llevará a cabo el levantamiento de campo. Enseguida se organiza el trabajo de campo y se lleva a cabo el registro en campo; finalmente se integran los hallazgos.

Hallazgos

Durante el levantamiento de campo se documentaron un total de 45 elementos con los cuales se integró un primer inventario de patrimonio cultural inmaterial, resultando que un 40% son conocimientos artesanales, 45% de festividades, 28% conocimientos gastronómicos y 19% mitos o leyendas. Los datos representan una base para el diseño de productos turísticos culturales.

En lo que respecta a los elementos que conforman el patrimonio gastronómico, en este primer acercamiento se lograron identificar los siguientes:

Patrimonio gastronómico de Nayarit documentado a través de técnicas etnográficas.

MUNICIPIO	CONOCIMIENTOS GASTRONÓMICOS
Ahuacatlan	Cajeta de mango
Amatlán de cañas	Chocolate de Olga Lydia
Compostela	Tacos de canasta, helados del manantial, gorditas de nata
Ixtlan	Nieve de Garrafa, Pollo a la Pincha
Jala	Encanelados, galletas horneadas de maíz
La Yesca	Tejuino, Queso añejo de prensa, de chiquigüite
Rosamorada	Churros
Ruiz	Atole blanco, birria, gorditas de gallina, tejuino, pan artesanal
San Blas	Pan de plátano, Pescado zarandeado, ceviche de pescado, sopa marina, sopa de ostión.
Santa María del Oro	Chicharrón de pescado, cuachala, tamal de lima, capirotada
Santiago Ixcuintla	Albóndiga de Camarón, Paté de camarón, Camarón taxtihuil, camarón seco, pescado frito.
Tecuala	Agua de los tres animales, tamales botaneros, gorditas de queso, jugo de camarón, paté de camarón
Tuxpan	Pescado zarandeado, queso, la vitamina, cocadas.

Conclusiones

La documentación de los elementos patrimoniales constituye una fuente de información para el diseño de nuevos productos turísticos con vocación cultural. Al implementar las técnicas etnográficas se interactuó de manera cercana con los portadores y se logró el objetivo de documentar expresiones cotidianas mismas que constituyen el patrimonio cultural inmaterial de los pueblos del estado de Nayarit. La base de datos que se documentó constituye una fuente de información invaluable, la cual nos permite rescatar conocimientos y técnicas ancestrales de preparación de platillos endémicos, con lo cual se pretende generar una sinergia de reapropiación identitaria por parte de los habitantes y la generación de nuevos flujos turísticos, los cuales tenga a la gastronomía local como principal motivador de viaje y visita, mejorando con esto la situación socioeconómica de las localidades Nayaritas.

Referencias

Cuché, C. (2002) La noción de cultura en las Ciencias Sociales. Nueva visión: Buenos Aires.

Álvarez, A. (2012) Franz Boas y el concepto de cultura. Teoría e Historia Antropológica. Universidad de Granada. Recuperado en

<http://teoriaehistoriaantropologica.blogspot.mx/2012/04/boas-y-el-concepto-de-cultura.html>
(31/03/2017)

Choay, F. (1992) Alegoría del patrimonio. Barcelona. GG

Kawulich, Barbara B. (2006). La observación participante como método de recolección de datos [82 párrafos]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* [On-line Journal], 6(2), Art. 43, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430>. (10/04/2017)

Hernández, R., et al (2010) Metodología de la investigación científica. 5ta Edición. Mc Graw Hill pag. 364

Monje, C. (2011) Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. Universidad Surcolombiana.

Pérez, G. (2016) Diseño de proyectos sociales, aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación. España: Narcea Ediciones. Recuperado de https://books.google.com.mx/books?id=JH29DAAQBAJ&pg=PA191&lpg=PA191&dq=schmuck+1997+observacion&source=bl&ots=b-xWwcy7cQ&sig=v8D_oZHNHHGYltnOkY9c2KCwcA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi33OKzl6XTAhUlsIQKHTioB5oQ6AEIOjAJ#v=onepage&q&f=false (13/04/2017)

RAE, (2017) Diccionario de la Real Academia Española recuperado de <http://dle.rae.es/?id=FpCr9M2> (03/04/2017)

Rodríguez, G. et al (1996) Metodología de la investigación cualitativa. España. Ediciones Aljibe. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/128205939/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-CUALITATIVA-Gregorio-Rodriguez-Gomez-Javier-Gil-Flores>

UNESCO (1972) Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. Recuperado en <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf> (15/03/2017)

UNESCO (2003) Convención sobre la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf> (03/04/2017)

APROXIMACIONES DIVERSAS AL PATRIMONIO: ENTRE LA CLASE MAGISTRAL Y LA DIVERFUSIÓN, RELATO DE UNA EXPERIENCIA ACADÉMICA. EL TALLER DE CREATIVIDAD Y VALORES (CUENCA-ECUADOR)

María del Cisne Aguirre Ullauri¹

Libe Fernández Torrántegui²

¹ Universidad Politécnica de Madrid. Universidad Católica de Cuenca, Carrera de Arquitectura y Urbanismo.

² Reharq. Agencia de comunicación.

cisne2222@hotmail.com - maguirreu@ucacue.edu.ec
info@reharq.com

Resumen

La experiencia académica, generalmente contrapone la visión docente a la estudiantil. Como un esfuerzo académico hacia el mejoramiento de los procesos de aprendizaje y relación pre profesional, la planificación del Taller de Creatividad y Valores, ha suscitado en el espacio universitario convencional un segmento de aprendizaje intensivo poco frecuente; su inclusión ha motivado mejorar la interrelación entre docentes, estudiantes y el conocimiento de los niveles superiores de la asignatura de Teoría e Historia de la Arquitectura de la carrera de Arquitectura y Urbanismo (Universidad Católica de Cuenca), a partir de dinámicas no convencionales. El fin último, empatizar el aprendizaje, empoderar a los alumnos de su patrimonio e identidad, mejorando el nivel de análisis, crítica y aporte técnico.

Palabras Clave: Patrimonio, Arquitectura, Cuenca, Valores, Diverfusión, Taller.

1. ANTECEDENTES

En la transición entre el término de un periodo y el inicio de otro, la evaluación del cumplimiento de los objetivos planteados, así como las acciones de mejora para el nuevo periodo, constituye un segmento temporal de profundo análisis personal, profesional y académico, en el contexto de la docencia universitaria. Se vuelve necesaria la valoración crítica de las estrategias didácticas utilizadas y la exploración de otras innovadoras, que a la par de proveer conocimiento, impulse su generación y desarrollo, pero también despierten el interés social y profesional por otros campos que acorde a la realidad mundial, son componentes indisolubles de la vida. Según la Unesco (2014) solo a partir de la educación es posible la transformación de la vida y eliminar los problemas más apremiantes de la sociedad, convirtiéndose en una hora de ruta para lograrlo; incide sobre esta misma consideración Edgar Morín en la Teoría de la Complejidad (Paiva, 2004: 244).

Bajo esta consideración, el profesor es algo más que un transmisor y valuator de conocimientos (Paiva, 2004; Castro 2017). El rol docente como sujeto

comprometido con la enseñanza y el aprendizaje, rebasa el conocimiento, hacia la calidez y la empatía, es decir hacia dimensión humana, por lo que no es de extrañarse que el espacio o escenario de aprendizaje frecuentemente se vea *invadido* de prácticas y actores diversos.

En los cursos marzo – agosto 2016 y septiembre 2016 – febrero 2017, la realización de exposiciones técnicas y prácticas, abordando los campos del monitoreo patrimonial, representaron el punto de partida. La participación del Equipo Técnico de la Fundación Santa María La Real¹ a través del Ing. Mario Tena, representó una instancia de aprendizaje innovador a partir de la aproximación hacia la amplia e innovadora carrera investigativa y profesional de dicha entidad. En adelante, replicar experiencias semejantes motivó la aproximación entre quienes exponemos el presente, con el Atlántico como distancia, hacia una nueva experiencia, que desde todo punto de vista ha representado un espacio de enriquecimiento profesional, académico y humano. No se descuidó bajo ninguna consideración, el aporte que como estrategia de aprendizaje supone la actividad, coherente con lo que dispone la Ley Orgánica de Educación Superior –LOES- (2010), el Reglamento de Régimen Académico (2013) y el Estatuto Orgánico de la Universidad Católica de Cuenca, acorde con la actualización de su Modelo Educativo (2016), en la búsqueda de la integración de las funciones sustantivas de Docencia, Investigación y Vinculación con la sociedad, dentro del Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2016- 2020; se hace énfasis en el Modelo Pedagógico de la Formación Integral del Estudiante (2016), desde las instancias: macro, meso y micro curriculares, fundamentado pedagógicamente en el Constructivismo, la Pedagogía Crítica y sustentado en el paradigma de la complejidad y el pensamiento complejo de Edgar Morín; debidamente articulado al mandato constitucional, el Plan Nacional del Buen Vivir y a la tarea educativa universitaria católica; todo ello, sustentado en la Misión y Visión de la Universidad Católica de Cuenca, pero también en instrumentos que como el Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2016 - 2020, apuntalan el proceso de fortalecimiento institucional y prevén acciones contundentes hacia la internacionalización.

¹ Para ampliar en términos generales ver <http://www.santamarialareal.org/>, y para los temas tratados <http://www.mhsproject.com/que-es-mhs.php>.

Figura 1. Presentación del Taller.



Fuente: Reharq. 2017.

2. MÉTODO

La comunicación en arquitectura es una práctica profesional emergente y transversal generada por la revolución de la sociedad de la información. Este nuevo carácter bidireccional de la comunicación, frente a la expresión unidireccional convencional, requiere la interacción entre los arquitectos, las demás disciplinas y la ciudadanía; con esta visión, el workshop titulado *Creatividad y valores: aliados de la difusión del patrimonio en la sociedad del s. XXI*, acercó al alumnado a la diversidad de estrategias, formatos y técnicas empleadas en la comunicación de contenidos arquitectónicos a partir de dos métodos concretos; a) el *aprendizaje basado en proyectos* (ABP o PBL, *Project based learning*), y b) el *método objetivo sistémico*² con la aplicación de dos de sus tres etapas³ (Fig. 2).

El primero empatado de manera directa con el Modelo Pedagógico de la Universidad Católica de Cuenca, al estar centrado en la didáctica, cuya finalidad es formar profesionales capaces de dar respuesta a las necesidades y solventar problemas reales que se presentan en su entorno, se sustenta desde los objetivos del taller en plantear un conflicto cognitivo que promueva la consecución de una meta desde la motivación implantada al estudiante (Morales y Landa 2004), más no desde la necesidad misma de su definición, conforme a los métodos. Incluye como procesos y subprocesos visibles en el ejercicio teórico-práctico planteado, tanto las fases de generación,

² El método y procesos asociados se basa en la propuesta de método Objetivo-Sistémico de Restauración del Patrimonio, desarrollado por Albert Casals y José Luís González desde el Departament de CAI de la ETSAB (Universidad Politécnica de Cataluña, UPC). Se caracteriza por seguir las siguientes etapas: conocimiento, reflexión y actuación.

³ Al ser una actividad académica, el segmento final del método planteado y enfocado directamente en la actuación, no ha sido incluido en el ejercicio. Debe sin embargo enunciarse que tiene como objetivo intervenir en el edificio teniendo en cuenta de forma crítica y en las distintas fases (proyecto y obra) el conocimiento y la reflexión adquiridos, en las fases previas.

implementación y evaluación, por ser parte constitutiva de las actividades del periodo académico, así como el alcance de objetivos cognitivos y procedimentales inmersos en la fase de generación, hasta la construcción y presentación de resultados concretos, en la fase de desarrollo del problema.

Por su parte, el segundo método de trabajo, análisis y actuación tiene tres referentes básicos; el enfoque sistémico de Mario Bunge (2002)⁴, como fundamento axiológico la Teoría de valores adaptada al siglo XXI de Aloïs Riegl⁵ (1902) y la praxis proyectual del *Restauero Crítico* y la *Restauración Objetiva*⁶ de Antoni González (1999).

Incluye en términos procedimentales la aplicación de sus dos primeras etapas:

1. Conocimiento: identificar el monumento y determinar su potencial de uso.
2. Reflexión: determinar la jerarquía entre sus valores, el balance entre las propuestas y los recursos y presentar y seleccionar alternativas. Continuamente se expone al lector a la ponderación de los valores instrumentales (los relacionados con la adecuación o no de un nuevo uso o programa a un bien patrimonial), arquitectónicos (históricos, constructivos y otros) o significativos (relacionados con el apego al lugar, el bien como monumento icónico o identitario).

Pretende evidenciar que la conservación del patrimonio no supone simplemente el buen estado de los bienes que lo integran sino que, ante todo, conlleva la preservación de un conjunto de valores que son los que justifican su trascendencia. Estos valores, junto con su difusión y gestión, están en directa relación con la viabilidad y futuro del bien patrimonial.

⁴ El *sistemismo* es el enfoque adoptado por todo aquel que se proponga explicar la formación, mantenimiento, reparación o desintegración de una cosa compleja concreta de cualquier tipo o sistema. Un sistema es un objeto complejo cuyas partes o componentes se mantienen unidos por medio de algún vínculo de algún tipo (Bunge 2002).

⁵ Se tiene en cuenta al historiador del arte Aloïs Riegl por la redacción del opúsculo *Der moderne Denkmalkultus, sein Wesen, seine Entstehung* (Riegl 1999), ya que su teoría de valores ha formado parte de diversos programas de formación en conservación a nivel mundial.

⁶ El estudio persigue el conocimiento, datación, descripción, interpretación y apreciación de los acontecimientos, circunstancias y mentalidades relacionados con los diversos momentos de la construcción, evolución, existencia, uso, deterioro, destrucción y restauración del monumento, así como con su contenido mobiliario, el territorio, el entorno y el contexto cultural, político y social en que estos eventos tuvieron lugar. El ámbito temporal de este análisis comprende todas las épocas, desde el «primer origen» del monumento hasta nuestros días, sin hacer prevalecer en principio ninguna época por encima de otras (González Moreno-Navarro 1999).

Figura 2. Esquema de valores patrimoniales en el contexto del método de objetivo sistémico.



Fuente: Reharq. 2017.

Para los propósitos académicos y comunicadores planteados, el trabajo se desarrolló sobre casos seleccionados por su buena praxis en intervención arquitectónica y posterior gestión, localizados en su totalidad en España⁷:

- Ciudad romana de Baelo Claudia de Bolonia (Cádiz, Andalucía)
- Caserío Igartubeiti en Ezkio-Itsaso (Gipuzkoa, País Vasco)
- Castillo de Ucleo (Soria, Castilla y León)
- Parador de Cuenca (Cuenca, Castilla-La Mancha)
- Museo Naval en San Sebastián (Gipuzkoa, País Vasco)
- Galerías de Punta Begoña en Getxo (Bizkaia, País Vasco)

2.1. Planificación (cronograma) del taller⁸

En términos procedimentales la estructura del taller evidencia los contenidos de las dos vertientes metodológicas planteadas. De manera sintética, tras la fase introductoria y el marco teórico, la exposición de casos prácticos en el ámbito de la comunicación del patrimonio arquitectónico, representan la instancia de mayor aprendizaje y reflexión.

Los alumnos realizan la *mini campaña* de marketing sobre un enclave patrimonial, recalcando que las nuevas tecnologías han modificado los hábitos y ampliado los medios para recibir información, por lo que para un mensaje efectivo ésta debe adaptarse -sin perder el rigor- a la esta forma de consumo

⁷ Esta dimensión no deja de representar un reto de conocimiento ante todo, que a través de los insumos suministrados se atenuó.

⁸ La distribución del mobiliario conforme avanza el taller, cambia; pase del convencional ordenamiento lineal en filas y columnas, desde donde se escucha pasiva al ponente, fijando -potencialmente- nuevos conocimientos, hacia la estructura circular, en donde se motiva la interacción entre participantes. Finalmente, pequeños círculos de trabajo por equipo, dan paso a la puesta en común, evidenciando el incremento en la confianza entre actores.

cultural: rápida, visual y creativa.

Figura 3. Presentación e introducción del taller.



Autor: Pablo Toral. Estudiante del Octavo Ciclo A.

En términos amplios, la estructura es la siguiente:

8:00 - 8:15 Presentación (Fig. 3).

"Bienvenidos al maravilloso mundo del *#patrimoniodelbueno*".

8:15 - 9:30 Conferencia

Experiencia empresarial en el ámbito de la difusión del patrimonio arquitectónico. "Creación de contenidos culturales no aburridos", por Reharq (Agencia de comunicación especializada en arquitectura y patrimonio).

9:30-10:00 Charla-debate (Fig. 4).

Las industrias culturales y creativas (ICC), nuevas perspectivas laborales para los arquitectos. "Lo que no me contaron cuando estuve ahí sentada".

Figura 4. Charla debate. Las industrias culturales y creativas.



Autor: Pablo Toral. Estudiante del Octavo Ciclo A.

10:00-10:15 Descanso

10:15-13:15 Taller "La percepción y persuasión en los enclaves patrimoniales"
Actividad grupal (4 – 5 miembros) que abordan los diferentes casos planteados. Incluye la lectura de un texto descriptivo⁹, el análisis de valores conforme el método planteado y la construcción de un logotipo, *slogan* y *speech*, con duración de un minuto (Fig. 5).

13:15 - 13:30. Despedida y cierre. "Chimpúm" (Fig. 6)

Figura 5. Taller "La percepción y persuasión en los enclaves patrimoniales"



Autor: Pablo Toral. Estudiante del Octavo Ciclo A.

3. RESULTADOS

Los mayores y más evidentes resultados se expusieron *in situ*, de la mano de las proactivas y enfáticas participaciones estudiantiles, de manera amplia se describen a continuación lo alcanzado, según tres categorías:

1. La visión docente y el aporte a la cátedra

Sobre la base de los contenidos temáticos y actividades de aprendizaje insertos en los *Síllabus* de las asignaturas de Teoría e Historia de la Arquitectura IV y V¹⁰, la incorporación del *Taller Creatividad y Valores*, marca el inicio del proceso de concienciación individual y colectiva sobre

⁹ Documentos en su totalidad producidos por Reharq, en la persona de la Arq. Libe Fernández Torránegui.

¹⁰ Las cátedras son impartidas por los docentes Arq. María del Cisne Aguirre y Arq. Rómulo Cabrera, ambos con estudios de cuarto nivel en patrimonio. La malla curricular vigente comprende cinco niveles de la asignatura desarrollados entre Cuarto y Octavo Ciclo.

la necesidad de velar por la conservación del patrimonio cultural. Este planteamiento se expone no solo como requisito académico para ser promovidos en la asignatura, sino como parte de la construcción, en unos casos, y del fortalecimiento, en otros, de la conciencia ciudadana al respecto de este componente insustituible de la identidad nacional. Con este esfuerzo se pretende contribuir con el futuro desempeño profesional de manera ética y comprometida, comprendiendo y respetando el legado cultural, conforme el perfil de egreso y perfil profesional de la carrera de Arquitectura y Urbanismo, a su vez en concordancia con los fines de la Educación Superior, descritos en la Ley Orgánica de Educación Superior (2010) en sus artículos tres, ocho y nueve.

En términos prácticos, la aproximación hacia la lectura e identificación crítica de valores patrimoniales expone a los evidentes como individuos conscientes de la riqueza diversa contenida en las estructuras arquitectónicas, así como la necesidad de su potencialización en el proceso de su adaptación a la modernidad (Choay 2007). En este contexto a partir de la experiencia reflexiva y sintética del taller se ha evidenciado de manera concreta:

- Potencialidades:
 - a. Frente al cambio de paradigma de la Educación Superior en el Ecuador, la incorporación de estrategias innovadoras de aprendizaje y creación del conocimiento tienen experiencias como el Taller Valores y Creativa, un espacio fructífero (Fig. 6). Desde su articulación conforme el Modelo Pedagógico Universitario supone un aporte sustancial para el aprendizaje significativo, a través de los métodos ABP y objetivo sistémico.
 - b. El contexto normativo y académico institucional expone el nicho para desplegar este tipo de esfuerzos. La transformación universitaria ha supuesto la amplia apertura del horizonte de aprendizaje, así como el soporte que los diferentes emprendimientos académicos necesitan.
 - c. Existe predisposición de aprendizaje y motivación por el conocimiento, lo cual es de importancia al considerar que los niveles académicos representan la antesala del ejercicio profesional. En el caso de contextos históricos como Cuenca, el desempeño técnico futuro, expone al escenario de los bienes patrimoniales como una alternativa latente.
 - d. El grupo de estudiantes, se desenvuelven como amigos, los profesores mejoran su interacción y canales de comunicación, sentado las bases de la cálida relación interpersonal que guiará el desarrollo del curso académico, y con ello tanto la concreción de los resultados de aprendizaje, cuando del fortalecimiento de la Comunidad Educativa Católica.

Figura 6. Despedida y cierre. "Chimpúm"



Fuente: Reharq

- Debilidades:
 - a. El establecimiento de actividades de esta naturaleza suponen grandes esfuerzos administrativos y económicos, no siempre viables, que pueden truncar aspiraciones docentes y estudiantiles.
 - b. No existe siempre la predisposición y deseo desinteresado de cooperación de los profesionales vinculados al área del conocimiento desde diferentes vertientes, para impartir sus experiencias y conocimientos fuera del ámbito cotidiano de desempeño. Gratamente, no ha sido el caso de Libe y Mario, según corresponde en tiempo y espacio, las experiencias de formación experimentadas en los periodos marzo – agosto de 2017, septiembre 2016 – febrero 2017 y marzo – agosto de 2016, respectivamente.
 - c. La planificación y coordinación de la actividad puede trastocar otras empresas, tanto del grupo de estudiantes como de docentes; en atención de lo cual su inclusión de origen en el *Sillabus* de la asignatura disminuye los posibles efectos *adversos* que pudiera derivar.

2. La práctica pre profesional y el rol actual del docente

La educación para la vida (Castro 2017) representa en el contexto de la planificación de estrategias y herramientas de aprendizaje un objetivo unísono desde las diferentes asignaturas. Desde la Teoría e Historia de la Arquitectura, supone el soporte humano del saber ser, saber pensar, hacer y comunicar (Pérez Gómez 2009), que a partir del trabajo colaborativo ha quedado patente, y vislumbra un camino prometer hacia el ejercicio profesional interactivo y multidisciplinar, con aportes decisivos en los procesos de conservación monumental.

De otro lado, ha ratificado la eficiencia de estrategias didácticas dentro del proceso de construcción del conocimiento, de aprendizaje activo, en

donde el rol del docente ha visto un escenario idóneo para su transformación y proyección en la contemporaneidad. Esta dimensión ha significado redimensionar la vocación de la didáctica, en tanto a la diversidad de innovadoras estrategias aplicables para propiciar un conocimiento duradero, así como impulsar el emprendimiento estudiantil y profesional.

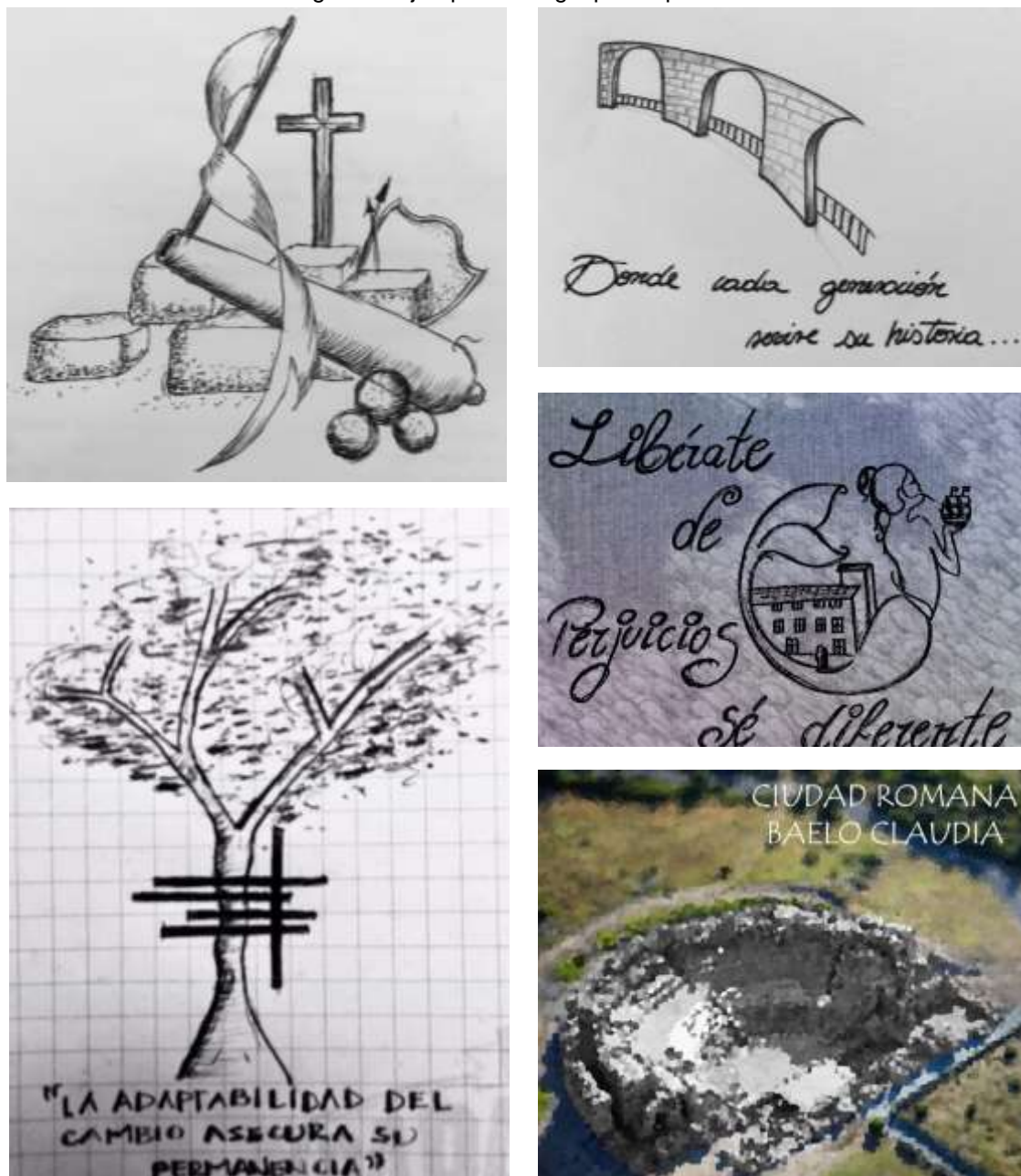
4. CONCLUSIONES

A pesar del tiempo reducido que puede aparentar la realización del taller, su aprovechamiento en términos académicos y humanos ha supuesto un referente en las cátedras de Teoría e Historia de la Arquitectura IV y V, como estrategia de aprendizaje, perfectamente extrapolable a los siguientes cursos académicos; incluso hacia otras áreas de conocimiento y participantes, como lo deja ver en el caso del ABP, Guerrero Mora (2011) para el caso de las Matemáticas.

Durante la primera fase, los alumnos adquirieron numerosas estrategias en la comunicación arquitectónica que supieron aplicar, de un modo admirable, en su ejercicio. Así mismo reflexionaron y debatieron con espíritu crítico la ponderación de valores patrimoniales existentes en cada caso de estudio, lo cual conforme el *Síllabus* de las cátedras provee una visión panorámica de los contenidos teóricos y las prácticas abordadas a manera de ejemplos para ilustrarlos. Destaca el caso de las intervenciones remontadas al Coliseo Romano y el Arco de Tito que hacia 1830 realizaron Stern y Valadier, en tanto al criterio de actuación, los casos derivados de la *Repristinación*, de la mano de Viollet Le Duc, o las consideraciones que Marconi (2007) aporta desde conceptos actuales de Des restauración y/o Restauración de Restauración.

Desde el ejercicio de la puesta en común, el alumnado se mostró animado, divertido y seguro de su resultado; cada grupo fue alabado y aplaudido por el esfuerzo que la realización del trabajo había conllevado, cada logo/speech, más aún en el caso de los estudiantes del nivel inferior, donde los conocimientos en el contexto patrimonial, apenas se habían iniciado en la cátedra. No obstante, el escenario expone que la técnica de aprendizaje activa de grupo cooperativo, bajo los métodos planteados ha respondido de manera efectiva para suplir posibles vacíos e incluso sentar bases sólidas para su asimilación posterior.

Figura 7. Ejemplos de logotipos expuestos.



Autores: Estudiantes del Séptimo y Octavo Ciclo A.

En la dimensión humana, quienes recibimos a la docente, Libe Fernández Torrónategui, expresamos nuestra gratitud por apoyar el proceso de fortalecimiento de los procesos de aprendizaje universitario, acorde a las demandas actuales. En el otro sentido, expresiones de gratitud en su máxima expresión, suscitaron que el colectivo estudiantil solicite por iniciativa personal que el material fotográfico utilizado en el taller sea autografiado por la expositora. Sin duda, el gesto expuso el sentimiento compartido en términos institucionales.

Figura 8. Participantes del Taller.



Autor: Pablo Toral. Estudiante del Octavo Ciclo A.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Asamblea Constituyente del Ecuador (2010), Ley Orgánica de Educación Superior, Registro Oficial No.298 de octubre 2010, Quito-Ecuador.
2. Bunge, M.A., 2002. Crisis y reconstrucción de la filosofía. Buenos Aires: Gedisa.
3. Castro, A. 2017. Módulo de Didáctica general. Los modelos pedagógicos y educativo, orientaciones metodológicas, el micro currículo, el sistema de evaluación, como elementos de la gestión docente. Curso de capacitación docente. Abril – junio de 2017. Universidad Católica de Cuenca. Inédito.
4. Consejo de Educación Superior. (2013). Reglamento de Régimen Académico (Refroma: 31 de marzo de 2017). Quito.
5. Choay, F. 2007. Alegoría del Patrimonio. Gustavo Gilli, Barcelona.
6. Genis Viñal, M. 2014. La Formación de los arquitectos restauradores. Elaboración de un Modelo Didáctico. Tesis Doctoral. Barcelona: Universidad Politécnica de Cataluña.
7. González Moreno-Navarro, A. (1999). La restauración objetiva. Barcelona: Diputación de Barcelona.
8. Guevara Mora, G. 2011. Aprendizaje basado en problemas como técnica didáctica para la enseñanza del tema de la recursividad. *InterSedes. Revista de las Sedes Regionales*. Vol. XI. (20-2010).
9. Marconi, P. 2007. Hay que hablar la misma lengua que el contexto urbano donde se proyecta. *PH Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*. No. 61. P. 130 – 145.

10. Morales, P., Landa, V. 2004. Aprendizaje basado en problemas. Problem – Based Learning. *Theoria*, Vol. 13, p. 145-157.
11. Paiva, A. 2004. Edgar Morín y el pensamiento de la complejidad. *Revista Ciencias de la Educación*. Vol. 1. No. 23. p. 239 - 253.
12. Pérez Gómez, A. 2009. La estructura del currículum. Los contenidos y métodos en el modelo marco de formación de docentes. [En línea] Disponible en: <http://www.ces.gob.ec/doc/9no-Taller/5-%20currículum%20y%20mtodos.pdf>
13. Perfil de egreso de la carrera de Arquitectura y Urbanismo. Universidad Católica de Cuenca, disponible en http://ucacue.edu.ec/sitios/arquitectura_matriz/
14. Perfil profesional de la carrera de Arquitectura y Urbanismo. Universidad Católica de Cuenca, disponible en http://ucacue.edu.ec/sitios/arquitectura_matriz/
15. Universidad Católica de Cuenca. 2016. Actualización del Modelo Educativo de la Universidad Católica de Cuenca
16. Universidad Católica de Cuenca. 2016. Modelo Pedagógico de la Formación Integral del estudiante de la Universidad Católica de Cuenca
17. Universidad Católica de Cuenca, Plan Estratégico de Desarrollo Institucional. Universidad Católica de Cuenca.
18. Riegl, A. 1999. El culto moderno a los monumentos. Madrid: Visor Libros.
19. Sabori, I., 2009. La zona de desarrollo próximo. [En línea] Disponible en <http://teoriasunikino.blogspot.com/2009/03/vigostky.html>
20. UNESCO, 2014. La educación para el siglo XXI. [En línea] Disponible en <http://es.unesco.org/themes/education-21st-century>

EL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO. VISIÓN DESDE LA DOCUMENTACIÓN DE LOS EDIFICIOS DE PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA

María del Cisne Aguirre Ullauri¹

¹ Universidad Politécnica de Madrid. Universidad Católica de Cuenca, Carrera de Arquitectura y Urbanismo.

cisne2222hotmail.com - maguirreu@ucacue.edu.ec

Resumen

El presente texto expone de manera sucinta el ejercicio académico de recuento histórico y análisis patrimonial del conjunto de inmuebles de propiedad de la Universidad Católica de Cuenca, localizados en el Centro Histórico de la ciudad; con base en la experiencia de documentación preliminar y análisis de los mismos, motivada en la asignatura de Teoría e Historia de la Arquitectura IV, curso 2015-2016, cuyo producto tangible se han definido el conjunto de informes técnicos de diagnóstico de los bienes abordados.

Palabras Clave: Patrimonio, Arquitectura, patrimonio arquitectónico, experiencia académica, documentación.

1. INTRODUCCIÓN

Como parte de la asignatura de Teoría e Historia de la Arquitectura IV, último eslabón de la cadena teórica de formación reglada del Programa Curricular 2011-2012¹, y habiéndose superado en los cursos previos el conocimiento sobre la Teoría de la Restauración a nivel mundial y los aspectos normativos de interés en la misma esfera, cuanto en la nacional y local, se plantea al alumnado en concordancia con el *Syllabus* de la cátedra, emprender el proceso investigativo de índole colaborativo como una forma de aproximación concreta sobre objetos reales de la práctica profesional.

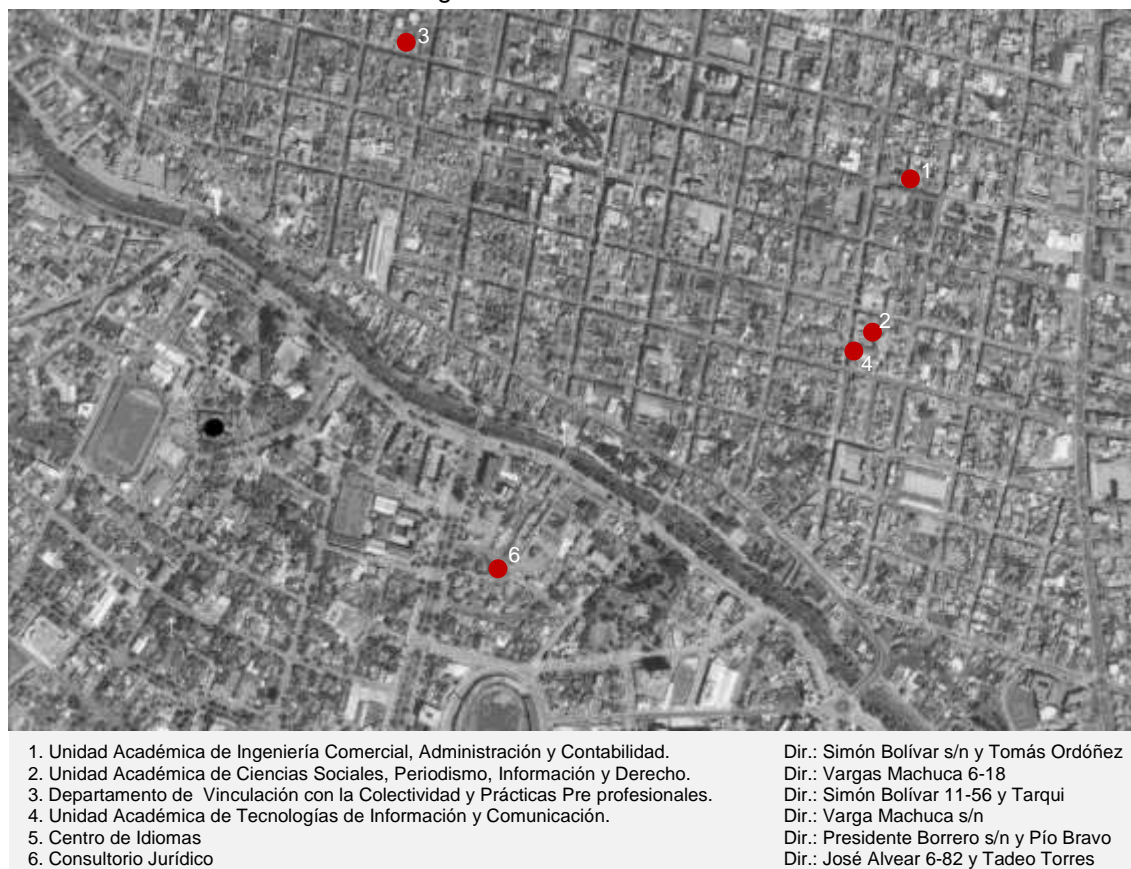
De esta forma, los alumnos de la carrera de Arquitectura y Urbanismo² emprendieron la documentación y análisis de seis edificios de propiedad de la Universidad Católica de Cuenca (Fig. 1), en cuyas instalaciones se desarrollan a día de hoy actividades de índole educativa y de gestión y administración. De esta forma y bajo las directrices establecidas en la cátedra, con el soporte teórico previo, se elaboraron los Informes de los edificios de la Unidad Académica de Tecnologías de la Información y Comunicación (4); Unidad Académica de Ciencias Sociales, Periodismo, Información y Derecho (2); Unidad Académica de Ingeniería Comercial, Administración y Contabilidad (1);

¹ La Malla Curricular 2011-2012 aprobada por el Consejo Universitario el 15 de junio de 2011, se encuentra extinta, siendo el periodo académico 2015 – 2016 el último.

² Hace referencia a 48 alumnos de los Quintos Años A y B.

Departamento de Vinculación con la Colectividad y Prácticas Pre profesionales, y Departamento de Emprendimiento (3), Centro de Idiomas (5) y Consultorio Jurídico (6). La información recabada tiene ante todo finalidad educativa, el conocimiento y empoderamiento del patrimonio institucional, reflejo en gran medida de la ciudad patrimonio mundial, la necesidad global de democratización del conocimiento y la participación actividad de la academia en los procesos de conservación monumental en términos integrales.

Figura 1. Casos de estudio



Fuente: Autor.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

El ámbito tratado es amplio y diverso; incluye importantes y relevantes muestras, ejercicios y referentes metodológicos. A continuación se revisará brevemente aquellos insumos relacionados con el ejercicio académico presentado en tanto a la importancia histórica del documentar.

En el contexto internacional, el abordaje del ámbito de la documentación patrimonial es amplio, en pleno desarrollo y debate. Viollet Le Duc, desde su visión del objeto patrimonial, establece la necesidad del amplio desarrollo de la investigación previa a la Restauración en Estilo. Los magníficos gráficos expuestos en *Dictionnaire raisonné de Varchitteture française du XI au XVI siècle* (1854), ponen en manifiesto dicha labor desde los ámbitos físicos, constructivos, estéticos e históricos como paso fundamental para la determinación metodológica del trabajo a emprender (Fontenla: 1998). Con la aportación teórica y práctica de Boitto y sistematizada por Giovannoni sobre el

entendimiento de la arquitectura monumental, también como una realidad histórica y compleja se da paso al método filológico. Para él, la investigación íntegra del edificio supone su documentación en iguales términos, haciendo uso de los medios de la época para acometerlo. Brandi (1988) ratifica esta situación a la vez que indica que la restauración es un momento metodológico de conocimiento de la obra de arte en su consistencia física, estética e histórica, con proyección a su conservación.

A partir de la Carta de Atenas (1931) y la innovación que en términos de patrimonio plantea se desarrollan otros documentos internacionales para tratar la documentación en particular y su relación con otros temas relacionados. La Carta del Restauo (1931) indica específicamente que en la restauración de los monumentos será condición esencial y determinante que una documentación precisa acompañe a los trabajos. Otros documentos como la Carta de Venecia (1964), la Carta del Restauo (1972), la Declaración de Ámsterdam (1975), la Carta de Cracovia (2000), la *Carta del Rilievo Architettonico* (2000) y otras, fortalecerán este enunciado ratificando la necesidad de los procesos de documentación en su diversidad de tipos y alcance para configurar un panorama integral de los bienes del patrimonio, incluso a manera de actualización de una determinada instancia temporal.

Desde el ámbito que se observe, ya sea académico, investigativo o institucional-administrativo, el disponer de instrumentos que provean un conocimiento cada vez más fehaciente de la realidad patrimonial es fundamental, más aún después de casi dos siglos de discrepancias entre corrientes de pensamiento sobre la teoría y práctica patrimonial (Maldonado *et al.* 2005), siendo reconocible como parte de la cultura universal de la restauración. A pesar de ello, a día de hoy, la definición del proyecto de documento, es aún dudosa e inexplorada en el ámbito profesional, en diferentes latitudes, aunque en todas, su ejecución es una práctica constante. A criterio de Maldonado *et al.* (2005), debe existir el entendimiento absoluto de que la dualidad conocimiento -que en última instancia es documentar- e intervención son parte de un solo proceso, y por tanto son indisolubles.

De lo previo se desprende la multidimensional vida de un objeto del patrimonio, que según Ortega (en Domingo, 2010), puede efectivamente no ser solo física o material, entendido como la trayectoria de un edificio, sino también su vida cultural, mental o vida gráfica, con todas aquellas vicisitudes propias, que definen su biografía. En este contexto conviene resaltar que todos aquellos mecanismos tradicionales de documentación patrimonial, utilizados frecuentemente, son compatibles con los más innovadores; y aunque concierne a la academia en buena parte el impartirlos para elevar el nivel y capacidad de ejecución de procesos, la utilidad e importancia de sus antecesores, está vigente³.

En el contexto de Cuenca, con la Declaratoria de Cuenca como Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1999, ha proliferado el desarrollo de estudios en el ámbito patrimonial, tanto desde el ámbito académico, permanentemente activo,

³ Para ampliar información ver Domingo, M. 2010. *Documentación gráfica del patrimonio*. Ministerio de Cultura. Madrid, España.

así como desde el sector público, en tanto a la puesta en valor de los ejemplos sobresalientes de arquitectura y conjuntos urbanos. A día de hoy el enfoque aborda los ámbitos de la documentación, el paisaje cultural, el monitoreo y conservación preventiva y el patrimonio inmaterial asociado, entre otros.

Referentes fundamentales para el conocimiento de la arquitectura de Cuenca y las connotaciones urbanas, sociales, culturales, políticas y administrativas asociadas, constituyen las contribuciones de Lloret Bastidas (1990 y 2006), Mora (1926), Palomeque (1982 y 1990), Carpio Vintimilla (1979 y 1987), Albornoz (1954), Chacón (1977 en adelante), Cordero (1989 en adelante), Jamieson (2003) sobre la arquitectura y arqueología colonial, Kennedy-Troya (1988, 1990), y Gutiérrez (1997) quien aborda en su conjunto otras ciudades iberoamericanas, como del Pino (2009) con las ciudades ecuatorianas. Se suman también Saldarriaga, Ortiz y Pinzón (2005), etc., así como los autores de los ampliamente conocidos textos de El libro de Oro: Edición conmemorativa del IV centenario de la fundación española de Cuenca.

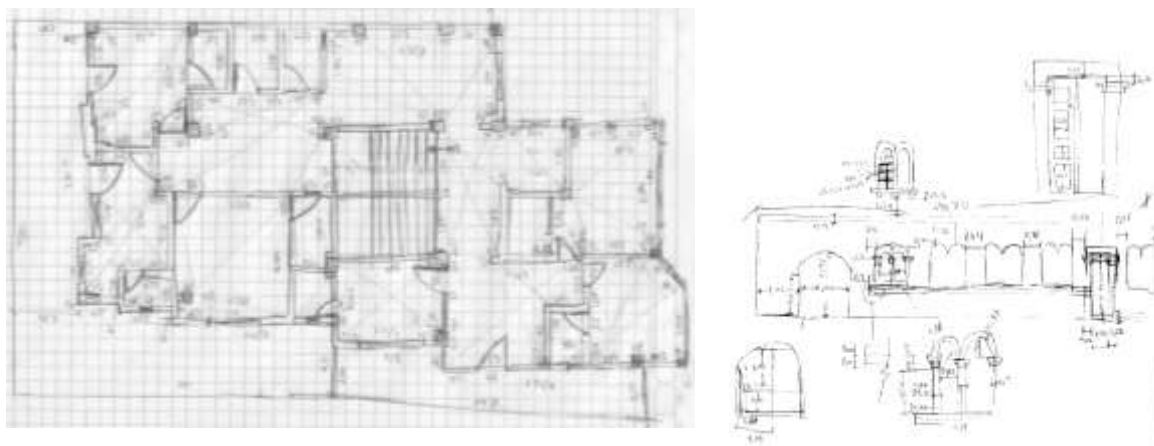
Desde la academia los aportes al conocimiento son diversos. Se enmarcan tanto en el estudio individualizado de ejemplares representativos como el Hospital San Vicente de Paúl de Cuenca (Muñoz, 1981 y Padilla, 2007), el Palacio Municipal (Mogrovejo, 2008; Zafra, 1995), la Iglesia de San Francisco (Ochoa, 2008), la Iglesia de San Alfonso (Bermeo et al., 2008), la Casa Cordero (Criollo, et al., 2009), el Cementerio Patrimonial de Cuenca (Andrade, 2011), el Monasterio de la Concepción (Armijos, 2011; Vásquez, 2011; Yanque, 2011; Torres, 2011; Gómez, 2011; Muñoz, 2011; Barrera, 2012) o el Barrio de El Vado (Neira, 2016), en contextos mayores los trabajos sobre arte y arquitectura, Roura (2007) al respecto del *Art Nouveau* y *Art Decó* en Cuenca, Rivera (2002) en tanto a la denominada Arquitectura de las líneas rectas, Chaca (2007) sobre el Neocolonial y Neovernáculo, Astudillo (2011) y Vallejo (2012) desde el análisis de sistemas constructivos e inventarios de elementos arquitectónicos, respectivamente, entre otras aportaciones. En este mismo contexto, como hito y recurrente fuente de consulta académica y profesional se sitúan los aportes de Espinoza y Calle (2002) en *Cité Cuencana*; documento derivado de un esfuerzo estudiantil que aborda la dimensión histórico-artística de un selecto grupo de edificaciones del Centro Histórico de Cuenca, dentro de las cuales se incluye el edificio de la Unidad Académica de Ciencias Sociales, Periodismo, Información y Derecho, así como de otros ámbitos del patrimonio material e inmaterial propios de la época del denominado Afrancesamiento de la ciudad (1860-1940). A este esfuerzo se suman otras investigaciones en el mismo período abordando las transformaciones formales, funcionales y tecnológicas (Aguirre et al: 2010; Astudillo, 2011; López, 2011; Garcés, 2009).

Otros casos abordan el patrimonio arquitectónico de la ciudad son los diversos casos de trabajos de graduación, comúnmente denominados Tesis o Trabajos de investigación, que se desarrollan permanentemente en las escuelas y facultades de Arquitectura y Urbanismo de las Universidades de Cuenca, así como en las escuelas de Arte, Diseño Interior, Turismo y otras. A través de los ejemplos planteados –limitados en extensión pero bastos para evidenciar el alcance de la labor investigativa desplegada-, el conocimiento, análisis y reflexión sobre la arquitectura que conforma el patrimonio de Cuenca es

permanente y creciente, constituyéndose verdaderos aportes a la documentación, al nivel de conocimiento, que pone de manifiesto la relevancia de su salvaguardia. De estos esfuerzos y el planteamiento de propuestas de actuación se han concretado con éxito e incluso como referentes, varios productos académicos a nivel de investigación e intervención.

Desde la investigación académica, a nivel de los contenidos abordados entorno al patrimonio, y como punto de partida del trabajo de documentación desarrollado, se incluye la actividad de levantamiento arquitectónico o *relievo*, dentro de la cual se asocian insumos fundamentales para la comprensión de la entidad arquitectónica en su complejidad (Figura 2). Son los materiales, los usos, funciones y las características compositivas y formales (Dunn & Melero, 1992), así como los elementos patrimoniales asociados, los aspectos abordados frecuentemente. En menor medida se trata la identificación, caracterización y tratamiento de lesiones patológicas o daños, vislumbrando a este como uno de los campos explorable en potencia, no solo para su mitigación sino para la generación de un sólido conocimiento de la realidad edificada y la transversalización del conocimiento con áreas como las Construcciones, Ciencia de los Materiales y otras.

Figura 2. Croquis de levantamiento *in situ*



Fuente: Alumnos del Quinto Año A y B.

En este punto conviene recalcar que el relevamiento, herramienta de análisis por excelencia, se apoya en técnicas complementarias como el reportaje fotográfico; este conjunto de capturas digitales o físicas de instancias e instantes de interés contenidos en el edificio, lo exponen en sus diferentes dimensiones. Al ser una práctica ampliamente difundida e intensificada a día de hoy, supone el mayor volumen de información y capacidad documental, mismo que demanda la estructuración de un modelo para su acopio y gestión adecuados. A nivel histórico se respalda en los importantes repositorios fotográficos, como el caso de las Colecciones Miguel Díaz Cueva, Manuel Jesús Serrano, Museo Remigio Crespo Toral, Museo Pumapungo y más⁴, hoy digitalizadas en el Archivo Nacional de Fotografía del Centro de Investigación del Patrimonio y la Memoria.

Otros aspectos de interés permanentemente abordados son la determinación y análisis del contexto natural y/o construido en el cual se inserta el objeto de estudio. Su tratamiento se da desde las dimensiones histórica, infraestructural, climática, urbanística, arquitectónica; así como desde las múltiples aproximaciones a su valoración, utilizando para el efecto metodologías específicas diseñadas, como en el caso de Aguirre (2007), mecanismos derivados de otras instancias y referencias universales, como la Matriz de Nara, con base en el Documento de Nara (1994) que aborda Jaramillo (2014) en, En torno al patrimonio cultural y su gestión, y se evidencia en la práctica en diversos trabajos de titulación de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Cuenca. También se implementan los procesos existentes, como en el caso de la metodología de valoración patrimonial diseñada por *Getty Conservation Institute en Assessing the Values of Cultural Heritage, Assessing Values in Conservation Planning: Methodological Issues and Choices* y otras.

A efectos del trabajo realizado, la instancia previa no se aborda, no así el reconocimientos de aquellas variables que contenidas en los diferentes casos de estudio determinan su condición de patrimonial, cuyo referente es el Inventario Patrimonial de la Ciudad bajo observancia de la Ordenanza para la Gestión y Conservación de las Áreas Históricas y Patrimoniales (2010) y los documentos de Términos de referencia para la elaboración de estudios históricos en las categorías VAR A y Emergente, y VAR B y Ambiental.

3. MÉTODO

El trabajo desarrollado entre los meses de febrero y abril de 2016 comprende tres fases. La primera, teórica y referida a las exposiciones del docente sobre los contenidos relacionados en la asignatura y la revisión de bibliografía especializada proveniente de artículos y textos de difusión científica y académica. Esta última realizada a través del portal académico virtual EVEA. Entorno Virtual de Enseñanza Aprendizaje y la inclusión de foros interactivos de retroalimentación y reflexión. La segunda fase comprende la aplicación práctica de los contenidos específicos de los informes diagnósticos con base

⁴ Para consultar el material disponible remitirse a <http://www.fotografianacional.gob.ec/web/app.php> (2016-05-10).

en los aportes de Dunn & Melero (1992) y otras herramientas de análisis, relacionadas con la naturaleza propia de cada caso de estudio.

Al término de las fases previas, de 10 semanas de duración, se planteó la tercera, la difusión y socialización, como parte de la propia cadena de valor (Azkárte: 2009) de cada edificio y con mira en diversos intereses (Fig. 3). El primero referido a la divulgación de contenidos con clara visión educativa en tanto a la aplicabilidad práctica de los contenidos de la asignatura de cara a la realidad patrimonial de la ciudad, y por tanto, estrechamente vinculado con el ejercicio profesional. Se evidencia entonces un interés implícito, el fomento de la responsabilidad ética, social, técnica y moral del arquitecto frente a dicho legado que custodia temporalmente, y frente a sus semejantes. Y, en tanto a los dos la capacitación técnica para afrontar la ardua e intensa tarea de velar por la conservación del patrimonio edificado.

Figura 3. Láminas de exposición de investigaciones



Fuente: Alumnos del Quinto Año A y B.

4. RESULTADOS

Desde el conocimiento genérico de la realidad del patrimonio mundial del Centro Histórico de Cuenca, y reconociendo la amplitud de la cobertura territorial de Comunidad Católica, la motivación de emprender la presente labor académica y formativa, supuso la convergencia de diversas voluntades y empeños, pero además la proyección de su potencial de réplica y extensión geográfica. Destaca el trabajo llevado a cabo por cada equipo de estudiantes en torno al objeto de estudio, siendo no menos importante la gestión administrativa y directiva requerida para llevar a cabo las sesiones de trabajo *in situ*.

En relación con las etapas metodológicas establecidas, la primera constituye el insumo de partida para el desarrollo de la actividad práctica, que si bien no se visibiliza a través de los productos concretos obtenidos, es el hilo conductor del proceso, reforzado y reformulado desde la sinergia colectiva desplegada. Con ello ratificando la importancia de la cátedra en la formación académica, profesional y humana. En tanto a la segunda, ésta arroja seis informes con contenido teórico y técnico actualizados que, desde la identificación clara de cada edificio, incluye análisis de emplazamiento, reseña histórica, análisis de estado actual desde las dimensiones forma, belleza o venustas, función, comodidad o utilitas, y tecnología, solidez o firmitas (Perrault: 1771 sobre Vitruvio: 23 aC), así como desde la realidad patrimonial dada por la Ordenanza para la Conservación y Gestión de las Áreas Históricas y Patrimoniales de Cuenca (ICM: 2010), las intervenciones efectuadas –tanto reconocibles, como documentadas- y el vínculo teórico entre la condición patrimonial y los referentes teóricos universales en la materia, entiéndase por ellos a Viollet Le Duc, John Ruskin, Camilo Boitto, Gustavo Giovannoni, Renato Bonelli, Roberto Pane, Cesare Brandi, Paolo Marconi, entre otros. Reflejado desde el soporte técnico documental de planimetrías, fotografías, detalles constructivos e inventarios de lesiones patológicas, a nivel de aproximación plantearon propuestas generales de intervención. Todo el conocimiento vertido sobre la estructura técnica de los diversos informes, vislumbran su potencial para emprender interesantes actuaciones a mediano y largo plazo (Fig. 4).

Figura 4. Extracto del informe de diagnóstico individual

The figure displays six pages from an individual diagnostic report. The pages are organized as follows:

- Page 1 (Cover):** Features the logo of the Universidad Veracruzana and the text "FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS". It also includes a small image of a building.
- Page 2 (Table of Contents):** Contains a table with the following columns: "NÚMERO DE PAGINA", "TÍTULO", and "PÁGINA". It lists the sections of the report and their corresponding page numbers.
- Page 3 (List of Photographs):** Contains a table with the following columns: "NÚMERO DE FOTOGRAFÍA", "DESCRIPCIÓN", and "PÁGINA". It lists the photographs taken during the diagnostic process.
- Page 4 (List of Tables):** Contains a table with the following columns: "NÚMERO DE TABLA", "DESCRIPCIÓN", and "PÁGINA". It lists the tables included in the report.
- Page 5 (List of Figures):** Contains a table with the following columns: "NÚMERO DE FIGURA", "DESCRIPCIÓN", and "PÁGINA". It lists the figures included in the report.
- Page 6 (List of Appendices):** Contains a table with the following columns: "NÚMERO DE ANEXO", "DESCRIPCIÓN", and "PÁGINA". It lists the appendices included in the report.

Fuente: Alumnos del Quinto Año A y B.

Frente a lo expuesto, los informes reflejan un acercamiento real a la necesidad patente de efectuar procesos técnicos de análisis detallado de cada uno de sus elementos constitutivos del patrimonio arquitectónico de manera integral y holística, a la vez de contar con estudios puntuales sobre los bienes, es decir, superar el nivel de conocimiento del registro e inventario, y en términos del Instructivo para fichas de registro e inventario de bienes inmuebles (Pazmiño: 2011), constituir el inicio de un catálogo arquitectónico, extensible si bien es cierto a espacios y conjunto urbanos y edificados, para con ello efectivizar su transferencia como legado e identidad local.

Estos ejercicios suponen a corto, mediano y largo plazo, y sobre la aplicación metodológica rigurosa en su ejecución, aportaciones fundamentales en la construcción de documentos históricos de referencia, conocimiento y análisis, y por tanto instrumentos de orientación a los proyectos de conservación, restauración y gestión del patrimonio; así mismo representan aproximaciones reales a la práctica profesional en el contexto de la ética, la sensibilidad la técnica.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Del ejercicio realizado se proyectan diversos panoramas. La relación teórico-práctica de las cátedras impartidas como motor de formación académica integral, pero también como herramienta de difusión del conocimiento en el ámbito académico, universitario y social. De ello la necesidad cada vez más acentuada de articular propósitos, converger en líneas comunes los esfuerzos formativos que realizados día a día, con una clara reversión en el territorio, sin relegar importantes referencias externas de aprendizaje y permanente actualización e innovación, permitan ampliar los horizontes del conocimiento, la formación y el ejercicio profesional.

Sobre los productos obtenidos (informes y herramientas de difusión), la metodología empleada y las experiencias académicas y profesionales exploradas, de sus similitudes y diferencias, se desprende la necesidad de generación a nivel local de una serie de guías y manuales para la elaboración de informes preliminares, de diagnóstico y propuesta al respecto de los bienes del patrimonio arquitectónico, adaptados a la realidad local, que dando atención a los requerimientos del ámbito profesional y las entidades competentes, trasciendan efectivamente, desde el ámbito académico hacia la custodia, gestión y conservación de dichos bienes. El referente abordado, *La Documentación Arquitectónica. Un método para la elaboración de la documentación preliminar de proyecto de restauración arquitectónica* (Dunn & Melero: 1992), supone el punto de partida, por su amplio conocimiento en el medio. No cubre sin embargo el vacío existente y la necesidad de ratificar el compromiso universitario para con la colectividad, siendo dicha tarea una empresa multidisciplinar inminente.

La estrategia de desarrollo metodológico abordado, articulando medios y destrezas, ha permitido tener contacto con los medios de difusión del

conocimiento universales de actualidad, y con ello el fomento en la vinculación de los estudiantes con el manejo de documentación de alto nivel académico, tanto como referencia de consulta, análisis y reflexión, como de involucramiento con el conocimiento a escala macro y permanente actualización. La plataforma EVEA, es en este sentido, una herramienta cuyo potencial es amplio en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Finalmente, del ejercicio realizado, se ha planteado su réplica en la modalidad de ciclos, tomando como casos de estudio otras edificaciones de interés en el Centro Histórico de Cuenca, que se correspondan con valores patrimoniales VAR B y Ambiental, por tratarse de los ámbitos de actuación más frecuentes y a la vez poco documentados de manera individual. Otras acciones investigativas de interés y emprendidas a futuro supondrían ampliar este ámbito, que ampliando el espectro de medios de documentación y análisis, involucren propuestas innovadoras a nivel local, abordando temas como la métrica en la construcción histórica, la aplicación de indicadores cronológicos, la mensiocronología, las cronotipologías, la lectura histórica crítica, la lectura histórico constructiva y más; así como desde el ámbito tecnológico el empleo de equipamiento de mayor precisión, como el láser escáner o la fotogrametría tridimensional.

6. AGRADECIMIENTOS

A los estudiantes de Quinto Año A y B de la asignatura de Teoría e Historia de la Arquitectura, en el período académico 2015-2016.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aguirre, M., Camacho, V., y Moncayo, F. 2010. Arquitectura del Centro Histórico de Cuenca. Características, transformaciones y valores. 1870-1940. Tesis, Facultad de Arquitectura, Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
2. Aguirre, X. 2007. Plan de intervención para la conservación de las edificaciones de la Avenida Loja. Tesis, Facultad de Arquitectura, Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
3. Albornoz, V. 1954. Monografía histórica de Cuenca. Editorial Austral. Cuenca, Ecuador.
4. Andrade, F. 2011. Estudio Arquitectónico – Histórico del Cementerio Municipal de Cuenca. Tesis, Carrera de Arquitectura, Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
5. Armijos, P. 2011. Propuesta de intervención para el Claustro del Monasterio e Iglesia de las Conceptas. Bloque E. Tesis, Carrera de Arquitectura, Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
6. Astudillo, D. 2011. Estudio de los sistemas constructivos autóctonos y tradicionales del Austro y su uso como Normativa en las edificaciones del Centro Histórico de Cuenca. Tesis, Carrera de Arquitectura, Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador.

7. Azkarate, A., D. Barreiro, F. Criado, I. García Camino, S. Gutiérrez Lloret, J.A. Quirós, V. Salvatierra. 2009. La Arqueología Hoy. Actas del Congreso Medio Siglo de Arqueología en el Cantábrico Oriental y su Entorno, Vitoria-Gasteiz, pp. 599-615. España.
8. Bermeo, E. et al. 2008. Estudio de restauración de la Iglesia de San Alfonso. Tesis, Carrera de Arquitectura, Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
9. Brandi, C. 1988. Teoría de la Restauración. Editorial Allianza. Madrid, España.
10. Carpio Vintimilla, J. 1979. Cuenca: su geografía urbana. López Monsalve Editores. Cuenca, Ecuador.
11. Carpio Vintimilla, J. 1987. Las etapas de crecimiento de la ciudad de Cuenca-Ecuador. El proceso urbano en el Ecuador, (Serie Antología de las Ciencias Sociales). Grupo Esquina Editores- Diseñadores, pp. 49-77. Quito, Ecuador.
12. Carta de Atenas, 1931.
13. Carta del Restauo, 1931.
14. Carta de Venecia, 1964.
15. Carta del Restauo, 1972.
16. Carta de Cracovia, 2000.
17. Carta del Rilievo Architettonico, 2000.
18. Chacón, J. 1982. Ensayos sobre historia regional. Instituto de Investigaciones Sociales. Cuenca, Ecuador.
19. Chacón, J. 1994. Historia de la Gobernación de Cuenca 1777-1820. Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
20. Chacón, J. 1991. Libro de Cabildos de Cuenca. 1800-1805. Banco Central del Ecuador. Centro de Investigación y Cultural. Cuenca, Ecuador.
21. Chacón, J. 1988. Libro de Cabildos de Cuenca. 1806-1810. Banco Central del Ecuador. Centro de Investigación y Cultural. Cuenca, Ecuador.
22. Chacón, J. 1982. Libro Cuarto de Cabildos de Cuenca. 1557-1578. Xérox del Ecuador. Cuenca, Ecuador.
23. Chacón, J. 1988. Libro Quinto de Cabildos de cuenca. 1579-1587. Xérox del Ecuador. Cuenca, Ecuador.
24. Chacón, J. 1977. Libro Segundo de Cabildos de Cuenca. 1563-1569. Archivo Histórico del Guayas. Guayaquil, Ecuador.
25. Chacón, J. 1990. Libro Sexto de Cabildos de Cuenca. 1597-1591. Xérox del Ecuador. Cuenca, Ecuador.
26. Chacón, J. s/f. Muy noble y muy leal ciudad de Cuenca. Xérox del Ecuador. Cuenca. Ecuador.
27. Chacón, J. 1983. Resumen de historia cuencana. Museo Municipal Remigio Crespo Toral. Cuenca, Ecuador.

28. Cordero, J. 1989. Bibliografía azuaya del siglo XIX. Banco Central del Ecuador. Cuenca, Ecuador.
29. Cordero, J. 1998. Nuestra primera historia (Cuenca de los Andes). Municipalidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
30. Cordero, J. 2007. Historia de la Región Austral del Ecuador desde su poblamiento hasta el siglo XVI. Cuenca, Ecuador.
31. Criollo, A. et al. 2009. Casa Cordero. Lineamientos de restauración. Tesis, Carrera de Arquitectura, Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
32. Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales. s/a. Términos de referencia para la elaboración de estudios históricos (VAR A Y EMERGENTE). Cuenca, Ecuador.
33. Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales. s/a. Términos de referencia para la elaboración de estudios históricos (VAR B Y AMBIENTAL). Cuenca, Ecuador.
34. Declaración de Ámsterdam, 1975.
35. Declaración sobre el Levantamiento, 2000.
36. Documento de Nara, 1994.
37. Domingo, M. 2010. Documentación gráfica del patrimonio. Ministerio de Cultura. Madrid, España.
38. Dunn, C., Melero, N. 1992. La Documentación Arquitectónica. Un método para la elaboración de la documentación preliminar de los proyectos de restauración arquitectónica. Fundación Habiterra. Colegio de Arquitectos del Azuay. Cuenca, Ecuador.
39. Fontenla, C. 1998. El proyecto de restauración: Documento en el libro de fábrica del monumento. Cuaderno de Estudios Gallegos. Tomo XLV, Fascículo 110. pp. 233-246. Galicia, España.
40. Gómez, T. 2011. Propuesta de intervención en el Noviciado del Monasterio de las Conceptas. Bloque B. Tesis, Carrera de Arquitectura, Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
41. Gutiérrez, Ramón. 1997. Arquitectura y urbanismo en Iberoamérica, Ed. Cátedra, Madrid, España.
42. Consejo Cantonal. 2010. Ordenanza para la gestión y conservación de las Áreas Históricas y Patrimoniales del cantón Cuenca. Cuenca, Ecuador.
43. Jamieson, R. 2003. De Tomebamba a Cuenca: Arquitectura y arqueología colonial, Abya – Yala. Quito, Ecuador.
44. Jaramillo, D. 2014. En torno al patrimonio cultural y su gestión. Universidad y Verdad, No. 64, Universidad del Azuay. pp. 29-41. Cuenca, Ecuador.
45. Jiménez Martín, A. y Pinto Puerto, F. 2003. Levantamiento y análisis de edificios. Tradición y Futuro. Universidad de Sevilla. Secretariado de Publicaciones. Instituto Universitario de Ciencias de la Construcción. Sevilla, España.

46. Kennedy, A. 1988. Continuismo y discontinuismo colonial en el siglo XIX. *Trama*, 45, (12) pp. 37- 44. Quito, Ecuador.
47. Kennedy, A. 1988. Continuismo y discontinuismo colonial en el siglo XIX y principios del XX. *Trama*, 48, (11), pp. 40- 46. Quito, Ecuador.
48. Kennedy, A. (1990) Apuntes sobre arquitectura en barro y cerámica en la colonia. *Cerámica colonial y vida cotidiana*. Fundación Paul Rivet. Cuenca, Ecuador.
49. Kennedy, A. y Ortiz, A. 1990. Continuismo colonial y cosmopolitismo en la arquitectura y el arte decimonónico ecuatoriano. *Nueva Historia del Ecuador: Época republicana III*, vol. 9. Grijalbo Ecuatoriana. Quito, Ecuador.
50. Le Duc, V. 1854. *Dictionnaire raisonné de architteture française du XI au XVI siècle*. B. Bause-A. Morel. París, Francia.
51. León, Luis A. (comp.) 1983. *Compilación de crónicas, relatos y descripciones de Cuenca y su provincia*, 3ª parte, Banco Central del Ecuador. Cuenca, Ecuador.
52. López, J. 2011. *Tecnología de la Arquitectura Civil Cuencana, materiales y detalles constructivos que definen la identidad de la ciudad*. Tesis, Carrera de Arquitectura, Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
53. Lloret Bastidas, A. 2006. *Crónicas de Cuenca: La Cultura*, Tomo V, Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
54. Lloret Bastidas, A. 1990. *El libro de Cuenca*. Editores y Publicistas. Cuenca, Ecuador.
55. Maldonado, L., Rivera, D. y Vela, F. 2005. *Los estudios preliminares en la restauración del patrimonio arquitectónico*. Maireia Libros. Madrid, España.
56. Mogrovejo Calle, V. 2008. *Gilberto Gatto Sobral- El Palacio Municipal (1953) y la Casa de la Cultura (1954) en Cuenca- Ecuador*, Tesis, Facultad de Arquitectura, Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
57. Mora, Luís F. 1926. *Monografía del Azuay*, Universidad del Azuay (reedición). Cuenca, Ecuador.
58. Muñoz, N. 2011. *Propuesta de intervención en el Noviciado del Monasterio de las Conceptas. Bloque C*. Tesis, Carrera de Arquitectura, Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
59. Ochoa, F. 2008 ?. *Estudio histórico del complejo arquitectónico de San Francisco de la ciudad de Cuenca provincia del Azuay. Proyecto de los trabajos emergentes en el convento e iglesia de San Francisco*. Cuenca, Ecuador.
60. Ochoa, F. 2008. *El templo y convento de San Francisco de Cuenca. Del ocaso a la renovación*. Tesis. Facultad de Arquitectura, Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
61. Padilla, M. y Brito, M. 2007. *Intervención en contexto histórico. Edificio de Administración pública en el Complejo San Vicente de Paul*. Tesis. Facultad de Arquitectura, Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador.

62. Palomeque, S. 1982. Historia económica de Cuenca y de sus relaciones regionales, Ensayos sobre historia regional. pp. 117-140. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Cuenca, Ecuador.
63. Palomeque, S. 1990. Cuenca en el siglo XIX: La articulación de una región, FLACSO y Abya- Yala. Quito, Ecuador.
64. Pazmiño, I. 2011. Instructivo para fichas de registro e inventario. Bienes inmuebles, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Quito, Ecuador.
65. Pino del, I. (ed) 2009. Ciudad y arquitectura republicana de Ecuador, 1850-1950, Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, Ecuador.
66. Perrault, C. 1771. Compendio de los Diez Libros de Arquitectura de Vitruvio. Real Academia de las Ciencias de París. París, Francia.
67. Rivera, M. y Moyano, M. 2002. Arquitectura de las líneas rectas, influencia del movimiento moderno en la arquitectura de Cuenca, 1950- 1965. Tesis, Facultad de Arquitectura, Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
68. Roura, A. 2007. Los estilos Art Nouveau y Art Decó en Cuenca. Tesis, Facultad de Arquitectura, Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
69. Yanque, O. 2011. Propuesta de intervención en el Noviciado del Monasterio de las Conceptas. Bloque D. Tesis, Carrera de Arquitectura, Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
70. Vallejo, J. 2012. Análisis de los sistemas constructivos para acabados en pisos en la ciudad de Cuenca. Tesis, Carrera de Arquitectura, Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador.
71. VV. AA. 1957. El Libro de Oro: Edición conmemorativa del IV centenario de la fundación española de Cuenca del Ecuador. Edit. El Tiempo. Cuenca, Ecuador.

(Julio 2017)

RESTAURACIÓN Y TURISMO. INTERVENCIONES EN LOS ESPACIOS MONUMENTALES DE ÚBEDA Y BAEZA (JAÉN, ESPAÑA) DURANTE EL FRANQUISMO*

José Manuel Almansa Moreno

Universidad de Jaén

jalmansa@ujaen.es

RESUMEN

Durante los años de la postguerra y del aperturismo se llevaron a cabo numerosas intervenciones destinadas a recuperar el patrimonio arquitectónico de nuestro país. En gran medida, éstas afectaban de forma individual al monumento, sin tener en cuenta el entorno en el que se localizaba.

Sin embargo, a partir de la década de los '50 se aprecian cambios en esta tendencia, promoviéndose medidas destinadas a la recuperación de los centros históricos de nuestras ciudades, buscando así desarrollar su potencial turístico como pieza clave para mejorar la economía nacional y ofrecer una imagen de modernidad de nuestro país en el extranjero.

En este estudio analizaremos algunas de las intervenciones pioneras llevadas a cabo en las ciudades de Úbeda y Baeza (Jaén, España) durante los años del Franquismo por parte de la Dirección General de Arquitectura y la Dirección General de Bellas Artes, convirtiéndose en casos paradigmáticos para muchas otras localidades españolas.

ABSTRACT

Numerous interventions designed to recover the architectural heritage of our country were carried out during the Francoism. These actions affected individually to the monument, without taking into account the environment in which it was located.

However, since the decade of '50s, can be seen a lot of changes in this trend, promoting measures for the recovery of the historical centres of our cities, seeking to develop its tourist potential as key to improving the national economy and provide an image of modernity of our country in foreign.

In this study we will analyze some of the pioneering interventions carried out in the cities of Úbeda and Baeza (Jaén, Spain) during the years of the Franco's Regime by the General Directorate of Architecture and the General Directorate of Fine Arts, becoming paradigmatic cases for many other Spanish localities.

PALABRAS CLAVE

Restauración monumental – arquitectura – urbanismo – Franquismo - Úbeda (Jaén) – Baeza (Jaén)

KEY WORDS

Monumental restoration – architecture – urbanism – Francoism – Úbeda (Jaén) – Baeza (Jaén)

* El presente trabajo se publica en el marco del proyecto de investigación "Los arquitectos restauradores de la España del franquismo. De la continuidad de la ley de 1933 a la recepción de la teoría europea" (ref. HAR2015-68109-P), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y los fondos FEDER.

La Guerra Civil fue uno de los más importantes ataques contra el patrimonio artístico español llevado a cabo en nuestra historia reciente, tanto en el campo de los bienes muebles como inmuebles, que vendría a sumarse a los numerosos atentados acometidos en el siglo XIX a raíz de la invasión napoleónica y de las diferentes desamortizaciones eclesiásticas..

Poco antes de finalizar la contienda bélica se tomarían las primeras medidas para reparar los cuantiosos daños ocasionados en el territorio nacional; así, en 1938, el gobierno del general Franco acuerda la creación de la Dirección General de Regiones Devastadas (creada por decreto de 31 de enero de 1938, dependiente del Ministerio de Gobernación bajo el mando de José Moreno Torres) y la Dirección General de Arquitectura (surgida por decreto de 23 de septiembre de 1939, siendo responsable de la misma el arquitecto Pedro Muguruza). Estos organismos se encargarían de acometer las principales obras de reconstrucción monumental de postguerra, creándose para ello las diferentes comisarías de zonas, cada una de las cuales quedaba bajo la tutela de un arquitecto principal quien marcaba las pautas a seguir en las diferentes actuaciones (Esteban Chaparría, 2008: 21-70).

Las primeras restauraciones de posguerra se centrarían particularmente en la recuperación de monumentos y edificios de interés, no afectando a los centros históricos en cuanto a intervenciones urbanas se refiere. No obstante, en algunas localidades sí que se llevaría a cabo una reconstrucción global, concretamente en aquellas que habían sufrido una destrucción superior al 75%, y que serían “adoptadas por el Caudillo en nombre de la Nación” (Pérez Escolano, 1987: 139-152).

Tras superar el período de reconstrucción de postguerra, y gracias al inicio de la recuperación económica y salida del aislamiento internacional del aperturismo, hacia 1957 se comenzarían las intervenciones en los espacios monumentales y simbólicos de los centros históricos, con un cambio importante de planteamientos respecto a su conservación y puesta en valor «que se orientó más a su rentabilidad económica que a su valoración cultural» (Martínez Monedero, 2012: 223-246).

No obstante, antes de esta fecha existen ciertos precedentes en la recuperación de los conjuntos históricos. Concretamente, en marzo de 1948, la Dirección General de Arquitectura organizaría la *Exposición de proyectos generales de ordenación de las Ciudades Histórico-Artísticas de Toledo, Úbeda, Baeza, Ronda y barrio antiguo de Barcelona* en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, con la que pretendía exponer la labor a realizar en estas ciudades como fase siguiente al estudio de ordenación histórico-artística de estas poblaciones. Así, gracias a su riqueza y pintoresquismo, se planteó convertirlas en ciudades turísticas por excelencia, lo cual conllevaría «la mejora de sus conjuntos arquitectónicos, artísticos y pintorescos, saneándolos de todo aquello que desentona y realzando su belleza», eliminando la anarquía de la que estaban afectados (Ponce Llaveró, 1948: 1261-1262).

En 1950 se crearía la Sección de Ordenación de Ciudades de Interés Artístico Nacional, dentro de la Jefatura Nacional de Urbanismo de la Dirección General de Arquitectura (Castro Fernández, 2012: 166). Su fin principal sería la de ensalzar poblaciones relacionadas con la historia de España, especialmente vinculadas con los Reyes Católicos y el descubrimiento de América. Así, municipios como Úbeda y Baeza (Jaén), Santa Fe (Granada), Madrigal de las Altas Torres y Arévalo (Ávila), Toledo, Albarracín (Teruel), Sos del Rey Católico (Zaragoza), etc., van a ser el escenario de una ordenación urbanística de enfoque turístico, procediéndose a «ordenar, pavimentar y adecentar los entornos de monumentos, ámbitos e itinerarios de Conjuntos que se encontraban en situación lamentable» (Martínez Tercero, 1999: 121).

En el caso de la localidad jiennense de Baeza se realizarían estudios de revitalización del casco histórico llevados a cabo por el arquitecto Enrique del Castillo Puig, así como la intervención en la Plaza de Santa María y Plaza de los Leones bajo la dirección de Rodolfo García Pablos y Francisco Prieto-Moreno (Palma Crespo, 2015: 226-244). Por su parte, en la vecina ciudad de Úbeda, se intervendría en la Plaza Vázquez de Molina y en los Miradores del Salvador -igualmente bajo la dirección de Rodolfo García Pablos, en colaboración con los arquitectos Ramiro Moya Blanco y Francisco Pons-Sorolla-, así como en otros enclaves monumentales (Almansa Moreno, 2017).

Todas estas intervenciones se complementarían con otras efectuadas por los arquitectos de la Dirección General de Bellas Artes en la década de los '70 (concretamente por Francisco Prieto-Moreno y José Antonio Llopis Solbes, responsables de la Séptima Zona)

como consecuencia del desarrollo que adquiere el turismo por estos años, considerado como el principal motor económico del país.

1. LAS ACTUACIONES DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE ARQUITECTURA

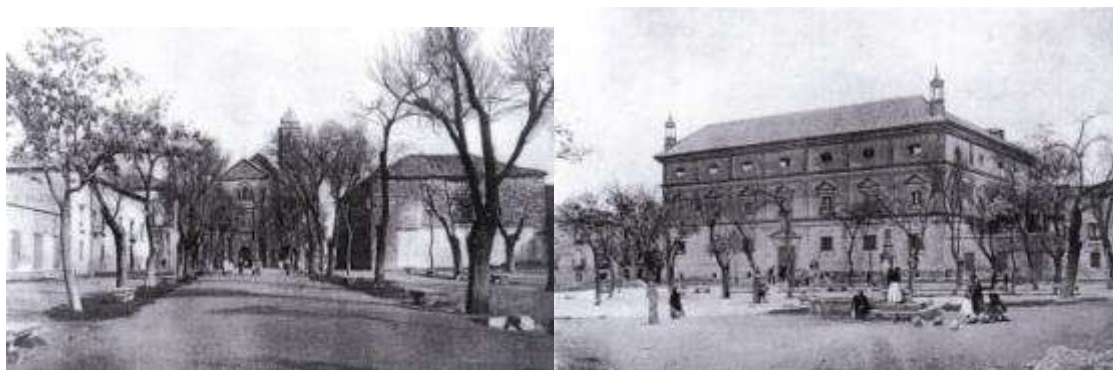
Consciente de la importancia que el turismo tenía como herramienta de apertura de España al exterior y como elemento clave para el desarrollo del país, la Dictadura Franquista controlaría todas sus actividades a través del Ministerio de Información y Turismo (1951-1977). El turismo no solamente implicaría la llegada de capital extranjero, sino que también permitiría consolidar la imagen de una nación en continuo desarrollo y progreso (Torres Camacho, 2006: 262). Así, durante estos años se realizarían «intervenciones historicistas, grandilocuentes, folkloristas y ordenaciones escenográficas» en diferentes conjuntos, monumentos y sitios con una marcada tendencia por convertir identidades locales en identidades turísticas, lo cual supondría «la transformación de espacios vivenciales en rutas turísticas, y la homogenización de ofertas que desvirtúan las identidades locales transformándolas en atracciones turístico-culturales» (Hernández Martínez y Castro Fernández, 2013).

Como resultado de ese binomio turismo-patrimonio se llevaron a cabo numerosas intervenciones en las ciudades de Úbeda, Baeza, Cazorla y Jaén, las cuales estaban encaminadas a potenciar los centros históricos de estas ciudades jiennenses como símbolo y ejemplo del Renacimiento español, sentando las bases de su posterior desarrollo turístico y convirtiéndose en pieza clave para mejorar la economía nacional y ofrecer una imagen de modernidad de nuestro país en el extranjero.

La declaración de Úbeda y Baeza como conjunto histórico (en 1955 y 1966 respectivamente) sería determinante para impulsar numerosas actuaciones conservacionistas en ambas ciudades (la motivación era importante pues tan sólo dos ciudades en Andalucía - Córdoba y Granada- ostentaban tal título); no obstante, las intervenciones ya habrían comenzado en los años previos a dichas declaraciones, como analizaremos a continuación.

1.1. La Plaza Vázquez de Molina, Úbeda

Considerado como el recinto más monumental de la ciudad, este espacio surgiría a partir de la orden de demolición del alcázar ubetense llevada a cabo por los Reyes Católicos, la cual se hace efectiva en tiempos de la reina Juana de Castilla (1507), empleándose sus piedras para colmatar el colindante valle del arroyo Azacaya. Este lugar se trataba de un recinto baldío, denominado originariamente como “Llano de Santa María” por la cercana presencia de la Colegiata de Santa María de los Reales Alcázares (construida sobre la primitiva mezquita aljama de la ciudad). Sin embargo, la construcción de la Sacra Capilla del Salvador (1536-1559), panteón funerario del secretario imperial D. Francisco de los Cobos, así como de otras construcciones residenciales (Palacio del Deán Ortega, Palacio de Vázquez de Molina, Palacio de Mancera...) definirían este espacio como uno de los conjuntos urbanos más importantes del Renacimiento español, conocido durante mucho tiempo como “Llano del Salvador” o también como “Paseo de las Delicias” (Almansa Moreno, 2011: 82-88).



g. 1. Plaza Vázquez de Molina, Úbeda (hacia 1920).

El estado de abandono que presentaba este espacio a mediados del siglo XX demandaba soluciones para salvar su calidad y su ambiente. Por tal motivo, en 1949 se plantea la ordenación de la plaza, proyecto que se ejecutaría entre 1951-1956 bajo la dirección

de Rodolfo García Pablos, Arquitecto Jefe de Ordenación de Ciudades Históricas, contando con la participación del arquitecto Ramiro Moya Blanco (García Pablos y Moya Blanco, 1949).

Una de las principales deficiencias que se apreciaban en esta plaza era la «de ser excesivamente grande en relación con los edificios; estos a pesar de su tamaño quedan disimulados y como perdidos sin poderse relacionar entre sí de una manera clara y satisfactoria» (García Pablos y Moya Blanco, 1949). Del mismo modo, en el lado Oeste se denunciaba la existencia de viviendas muy pobres que se encontraban a un nivel inferior respecto al resto de la plaza, quedando este lado abierto y contribuyendo así a la sensación de falta de intimidad y proporción de la plaza.

La ordenación que proponía la Dirección General de Arquitectura consistía en subdividir la plaza en tres ambientes de diferente carácter enlazados entre sí: éstos serían el espacio frente a la Sacra Capilla del Salvador y el Palacio del Deán Ortega (Parador de Turismo “Condestable Dávalos”), otro sería el existente frente al Palacio Vázquez de Molina (Ayuntamiento), y un tercer espacio sería el comprendido entre la parte de la Iglesia de Santa María, la Cárcel del Obispo y el Palacio de Mancera. Enlazando estos tres ambientes se dispondrían las distintas calzadas, trazadas siguiendo la forma natural de las circulaciones y sin preocupaciones de simetrías aparentes.

El primer espacio (situado entre la Sacra Capilla del Salvador y el Palacio del Deán Ortega) se pavimentaría con empedrado encuadrado por fajas de losa siguiendo el eje marcado por la Capilla. Del mismo modo, para ocultar el grupo de viviendas frente al Parador se dispondrían una fila de árboles pequeños pero muy próximos y frondosos que, además, separarían el ambiente de la calzada de circulación.

En relación con el segundo espacio (dispuesto frente al Palacio Vázquez de Molina) se plantea una solución similar, creando una lonja pavimentada con losas de piedra de trazado regular y simétrico en correspondencia con la composición del edificio, reconstruyendo los elementos arquitectónicos que dan nombre al edificio (pilares de piedra unidos con cadenas), así como pedestales con esculturas de leones portando el escudo heráldico de la ciudad. Para separar este ambiente se dispondría un cerramiento bajo, a modo de explanada de piedra con bancos; del mismo modo se planteaba tapar las casas del Arroyo de Santa María mediante arbolado, cerrando así el lado Oeste de la plaza.

El tercer ambiente se proyecta con un carácter menos monumental que los otros dos, con una disposición más libre y pintoresca. Se realizaría un camino enlosado que conduciría desde el Palacio Vázquez de Molina hasta la puerta principal de la iglesia de Santa María, proyectándose plantar numerosos árboles de gran volumen, ordenados de forma libre y sin rigidez (reemplazados posteriormente por jardines con vegetación de baja altura). Para lograr un carácter popular, el pavimento en esta parte sería de empedrado granadino (técnica ornamental que también sería empleada frente al Palacio Vázquez de Molina), dejándose parte de este lugar con tierra apisonada.

Aunque no se indicaba en el proyecto, el punto medio de la plaza se trataría con zona de jardín para romper la excesiva longitud del lugar y disimular con su arbolado el edificio que tenía delante -por considerarse de escaso interés-, disponiéndose aquí la fuente del abandonado Palacio de Francisco de los Cobos, interesante pieza de piedra posiblemente procedente de Italia, que vendría a sustituir a la antigua fuente pública dispuesta frente a la Casa del Obispo, con estimable aire típico aunque de nulo valor arquitectónico (Pasquau, 1950: 1).

Toda la superficie de la plaza fue tratada en sus rasantes, desmontando la curva de terrizo que alteraba la línea de su aspecto y circulación. Respecto a las alineaciones, la única modificación que se planteaba era el ensanchamiento de la calle Juan Ruiz González, considerado como el principal acceso a la plaza (proyecto que finalmente no se llevaría a cabo). Además de ésta, se mencionan otras vías de entrada como la calle Baja del Salvador (que se ejecutaría en una fase posterior), aludiéndose igualmente a la circulación rodada relacionada con varias instituciones locales ubicadas en este lugar (el Ayuntamiento, el Instituto de Previsión y la Caja de Reclutas).

De forma paralela a la intervención general en la plaza, la Dirección General de Bellas Artes y el Ayuntamiento ubetense llevarían a cabo la restauración puntual de todos los monumentos de la plaza, la cual sería llevada en varias fases por el arquitecto Francisco Prieto-Moreno (Almansa Moreno, 2017).



Fig. 2. La Plaza Vázquez de Molina, Úbeda (Escudo de Oro, hacia 1965).
 Sacra Capilla del Salvador y Palacio del Deán Ortega (izquierda) y Palacio Vázquez de Molina (derecha)

1.2. Los Miradores del Salvador

Una década después de la reforma de la Plaza Vázquez de Molina, y como complemento de ésta, se proyecta la actuación en la calle Baja del Salvador con el fin de conectar la plaza con los caminos de ronda de la ciudad y los accesos por la zona Sur. El proyecto fue realizado en 1963, igualmente bajo la dirección de Rodolfo García Pablos con la colaboración de los arquitectos Ramiro Moya Blanco y Francisco Pons-Sorolla.

Esta calle presentaba un carácter puramente residencial de tipo modesto, no existiendo construcciones relevantes -excepto la Sacra Capilla del Salvador y el Hospital de los Ancianos del Salvador-, disponiéndose viviendas de dos y tres plantas «sin ningún valor artístico ni pintoresco pero que forma un conjunto discreto y agradable» (García Pablos, Pons-Sorolla y Moya Blanco, 1963). La calle remataba en un mirador que, a pesar de su enorme valor paisajístico, presentaba un aspecto deplorable al presentar edificaciones suburbanas de forma anárquica, vertederos de escombros y basura, etc.

El proyecto se plantearía en tres ámbitos diferenciados, como serían el Hospital de los Venerables Ancianos, la calle Baja del Salvador y el mirador al valle del Guadalquivir (Almansa Moreno, 2017).

En primer lugar, en el antiguo hospital (en un lamentable estado de abandono y suciedad al usarse como almacén) se procedería a realizar algunas obras de saneamiento y restauración de la arquitectura, para proceder posteriormente al desescombro y a la limpieza total del patio; tras esto se plantarían árboles y arbustos formando un pequeño jardín al interior. Del mismo modo, se procedería a consolidar el extremo de la fachada a la calle pero manteniendo el aspecto del claustro en ruina, debido a su propia belleza así como por el hecho de no ser fácil conjeturar cual sería la disposición que tuvo originalmente. Respecto al cerramiento del claustro, se demolería el muro existente y se sustituiría con una verja de hierro sobre zócalo bajo de piedra (aprovechando la piedra del muro demolido), liberando asimismo el ábside de la Capilla del Salvador y formando un rincón para el reposo y la contemplación de las ruinas del claustro. Años más tarde, todo el edificio sería nuevamente intervenido por el arquitecto Llopis Solbes (Almansa Moreno, 2015: 71-86).

El segundo campo de actuación se centraría en la calle Baja del Salvador, en la que se procedería a su pavimentación: así, se enlosarían las aceras continuando el proyecto previo hasta la fachada del Hospital como parte más noble, mientras que en el resto de la calle se emplearía una disposición más popular y económica, pavimentando con empedrado granadino entre fajas de piedra. En relación al arbolado, se conservaría el existente y se ampliaría en la medida de lo posible.

La última parte de la actuación afectaría al mirador en sí, realizándose uno nuevo en el lugar donde se encontraba el anterior, y procediendo a la limpieza y plantación de arbolado en la zona de la ladera. Su construcción fue relativamente económica, al conservarse el muro preexistente que, aunque deteriorado y poco estático, no presentaba fallos importantes estructurales; del mismo modo, los paramentos exteriores eran simplemente de mampostería encalada. El mirador se plantea como un morro de contención, con planta ligeramente cóncava con contrafuertes en los extremos para subrayar la forma de la vaguada, siendo realizado en mampostería y con paramentos encalados. La meseta del mirador se cerraría en su frente por un antepecho alto de gran anchura, situándose lateralmente dos bancos corridos con respaldo de piedra.



Fig. 3. Calle Baja del Salvador, Ubeda (Roisin, hacia 1920)

1.3. La Plaza de Santa María, Baeza

Históricamente considerado como uno de los lugares más relevantes de la ciudad, durante la época musulmana era el lugar donde se localizaba el zoco así como la mezquita aljama. Tras la conquista cristiana, la mezquita se convertirá en la Catedral de Santa María (que preside la plaza), localizándose igualmente aquí algunos de los principales edificios de la ciudad: las Casas Consistoriales Altas y el Seminario de San Felipe Neri (dispuestos a izquierda y frente de la catedral, respectivamente), disponiéndose en el centro la Fuente de Santa María (Almansa Moreno, 2005: 349-378).

La intervención en esta plaza fue proyectada en 1950, igualmente por Rodolfo García Pablos, llevándose a cabo de forma paralela a la remodelación de la Plaza Vázquez de Molina. Al igual que en el caso ubetense, el estado que presentaba este lugar era de abandono total, incluso "desagradable" (tal y como se menciona en la memoria del proyecto): la fuente aparecía demasiado hundida, la escalinata cortaba la vista de la fachada de la Catedral de Santa María, el edificio del Seminario estaba cortado por una tapia frontal y existía escaso arbolado. Así pues, el proyecto pretendía «corregir estos defectos y sanear la plaza en su conjunto pero respetando su carácter y disposición de tipo medieval» (García Pablos, 1950).

La remodelación vendría a monumentalizar más si cabe la arquitectura de la plaza, especialmente los edificios más relevantes de la misma como serían la Catedral y el Seminario. Así, la escalinata de acceso a la Catedral que taponaba parte de la fachada sería remodelada en parte, construyéndose un nuevo acceso dispuesto en eje a la portada principal con el fin de permitir su mejor visión (el arquitecto respetaría los accesos laterales, empleando los mismos materiales y manteniendo la unidad estilística para la nueva escalinata, sin diferenciar lo nuevo de lo original). Por su parte, paralelo al edificio del Seminario se abrirá una gran calle (que pasó a denominarse Romero Mengíbar en honor al obispo que contribuyó al cambio), demoliendo unas tapias existentes en el ángulo noroeste de la plaza, y construyendo una lonja delimitada con un murete, salvando el desnivel existente con unas escaleras.

El proyecto incluía igualmente la demolición de algunas construcciones modestas para proceder a la apertura de nuevas vías o ensanchamiento de otras, con el fin de mejorar el acceso o las perspectivas al entorno de la Catedral. En relación a esto, mencionar que en el lado Oeste se respetaría un grupo desordenado de casas populares porque «aunque no tienen ningún valor artístico, su conjunto resulta muy adecuado al carácter de la plaza pues forma un contraste pintoresco por su volumen y color con los edificios monumentales, realzando la escala» (García Pablos, 1950); en este caso, lo que se haría sería sanear y mejorar sus revocos, respetando su forma originaria.

Por otro lado, se rebajaría el nivel general del pavimento de la plaza con el fin de realzar la fuente -que se encontraba muy hundida-, pavimentándose la superficie general con cantos rodados, empleándose además losas de piedra en las aceras y granito en las escaleras.

Del mismo modo se plantarían nuevos árboles, libremente dispuestos, de gran volumen y frondosidad frente a la «mezquindad» del arbolado existente. Finalmente se mejoraría la iluminación del lugar, evitando el empleo de farolas «antiestéticas e incómodas» y empleando en su lugar una iluminación uniforme (lograda mediante grandes focos situados en las fachadas de los edificios sin valor artístico y en los árboles).

Al igual que en el caso ubetense, junto a la intervención en la propia plaza, la Dirección General de Bellas Artes y el Ayuntamiento de Baeza procedería a la restauración de los inmuebles de este lugar, como serían la Catedral (en donde Prieto Moreno procede a la total renovación de su torre, destruida por un terremoto en 1862) y las Casas Consistoriales Altas (en donde quedaría instalada la biblioteca y archivo municipal) (Casuso Quesada, 2010: 335-361).

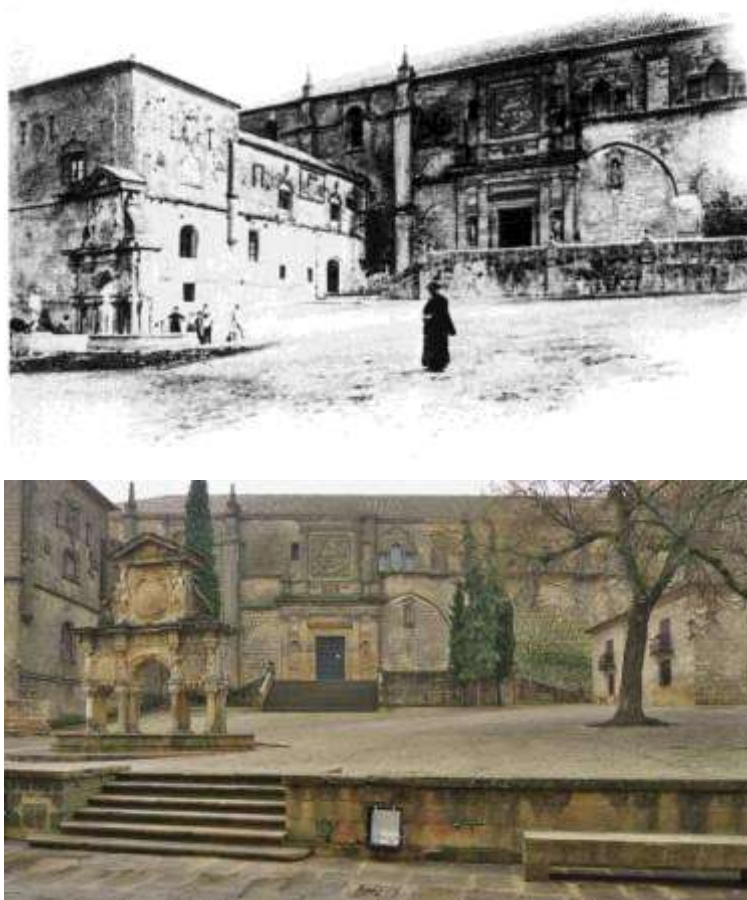


Fig. 4. Plaza de Santa María, Baeza (hacia 1920 y en la actualidad)

1.4. La Plaza de los Leones, Baeza

La segunda intervención en importancia llevada a cabo en la ciudad -con mayor importancia urbanística que monumental- va a ser la ordenación de la Plaza de los Leones o del Populo, proyectada en 1957 por Francisco Pons Sorolla. El objetivo de esta actuación era poner en valor «los elementos monumentales y pintorescos que la integran», así como mejorar los edificios que la integraban, muchos de los cuales se encontraban en estado ruinoso (Moral Jimeno, 2010: 346-349).

Se trata de un espacio abierto situado a las afueras de la collación de San Vicente, frente a uno de los accesos de la muralla baezana: la Puerta de Jaén, junto a la cual se dispone el Arco de Villalar, erigido en 1526 en conmemoración de la victoria de Carlos V sobre los Comuneros. En el frontal de la plaza se localizaba el edificio renacentista de la Audiencia Civil y Escribanías Públicas, junto al cual se situaba la Capilla del Populo (que da el sobrenombre a este lugar), pequeño oratorio donde, según la tradición, se celebró la primera misa de la Baeza cristiana tras la conquista de Fernando III en 1227. En el centro de la plaza

se sitúa la Fuente de los Leones, pilar mixtilíneo decorado con esculturas de leones y bueyes recostados procedentes de las ruinas de la ciudad romana de Castulo (Linares), disponiéndose en el centro una columna con la escultura de Himilce, princesa ibérica que se casó con el cartaginés Aníbal (Almansa Moreno, 2005: 298-303).

La intervención que se planteaba consistía en el retranqueo de las casas emplazadas en el lado derecho de la plaza con el fin de dejar libre la visión del Arco de Villalar, modificando igualmente la posición de la fuente para permitir el paso del tráfico y mejorar la perspectiva de la plaza (aprovechándose este momento para reintegrar la cabeza de la estatua de la princesa Himilce, decapitada durante la Guerra Civil). Además, toda la plaza se recubriría con nuevos pavimentos (a base de losas de piedra frente a los edificios principales y una cuadrícula de empedrado formando dibujos en la parte central), mejorando igualmente las vías de circulación.

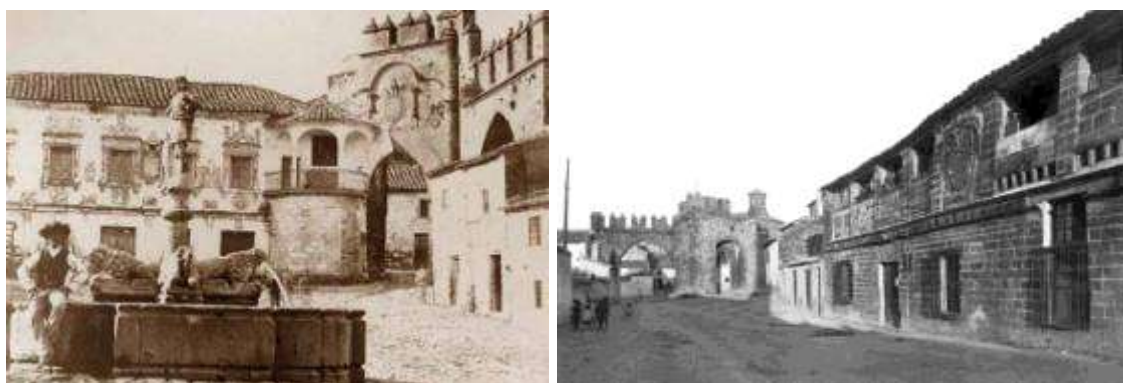


Fig. 5. Plaza de los Leones y edificio de las Carnicerías, Baeza (hacia 1920)

Durante el transcurso de las obras, la Dirección General de Arquitectura decidió trasladar el antiguo edificio de las Carnicerías -situado en la cercana calle Atarazanas, adosado a la muralla tras la Puerta de Jaén y Arco de Villalar- y reconstruirlo en la zona izquierda de la plaza, contribuyendo así a mejorar la ambientación de la plaza y, a la vez, salvar el edificio de la ruina y del abandono.

A pesar de que dicho traslado fue condenado por Pons Sorolla por no ser un caso de “fuerza mayor”, éste fue aprobado por unanimidad por el Ayuntamiento de Baeza en 1961 ante el gran interés artístico del proyecto y la conservación del edificio y mejora de la plaza. De este modo se adquirieron los solares de la parte izquierda para reconstruir allí el edificio de las Carnicerías (Palma Crespo, 2015: 234).

Se trataba éste de un edificio de dos plantas, con ocho vanos en la fachada principal pero, debido a su excesiva longitud en relación con su nueva ubicación, se decidió “doblar” los tramos extremos para adecuarlo mejor, creando así un falso histórico (Molina Hipólito, 1982: 17). Se aprovechó la intervención para modificar algunos elementos (como la reorganización de los huecos de la planta baja) o introducir otros nuevos (como las zapatas de madera bajo la viga corrida que sostenía la cubierta y la cornisa del mismo material), eliminando igualmente los añadidos y revocos que el edificio había ido sumando a lo largo de su historia.

Del mismo modo también se intervino en la Casa del Pópulo (actuación llevada a cabo por Prieto-Moreno), con el fin de instalar allí una oficina para la Dirección General de Arquitectura, así como la oficina de Información y Turismo. Además de ello, se aprovecharía para recuperar el “balcón de pregones”, obra del siglo XVI oculta bajo el tambor de la Capilla del Pópulo. Si bien en un primer momento se plantea una recuperación estilística con la recreación de un tejadillo de nueva factura apoyado sobre pilares de forja, finalmente se opta por incorporar una barandilla de hierro forjada y proceder a restaurar la sillería del balcón (grabando en la misma una “R” para indicar su modernidad).

A pesar de la polémica modificación del edificio de las Carnicerías, la intervención de la plaza fue considerada en su época como un éxito, hasta el punto que fue galardonada en 1964 con la medalla al Mérito Turístico (Palma Crespo, 2015: 234).



Fig. 6. Plaza de los Leones, Baeza

2. LAS ACTUACIONES DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES

Desde la inmediata postguerra, la Dirección General de Bellas Artes va a promover la restauración de los inmuebles diseminados por la geografía española, actuaciones que generalmente van a recaer en los arquitectos responsables de las diversas zonas monumentales¹.

En el caso de la provincia de Jaén, ésta quedaba vinculada a la Séptima Zona o de Andalucía Oriental -la cual estaba conformada también por las provincias de Granada, Málaga, Almería, Ceuta y Melilla- siendo Francisco Prieto-Moreno Pardo el arquitecto responsable de la misma (Romero Gallardo, 2010), para posteriormente ser sustituido por su discípulo José Antonio Llopis Solbes (Almansa Moreno, 2015). Estos dos arquitectos serán los artífices de un centenar de restauraciones llevadas a cabo durante estas décadas en el patrimonio monumental de la provincia de Jaén, y especialmente de las localidades de Úbeda y Baeza.

A finales de la década de los '60 y especialmente durante la década siguiente va a haber cambios en la política de restauración de conjuntos monumentales por parte de la Dirección General de Bellas Artes, no ciñéndose al monumento en sí -con valores intrínsecos, catalogado y reconocido- sino que la intervención se amplía y se propone la reposición, restauración y mejora de los ambientes urbanos en torno a estos monumentos, generalmente escogidos por la belleza de su arquitectura popular.

2.1. La Barbacana, Baeza

Se trata de una de las primeras actuaciones que va a realizar Llopis Solbes en la provincia, siendo un espacio escogido por la belleza de su arquitectura popular así como por su proximidad al centro histórico; como el propio arquitecto afirmaba en 1970, con este proyecto «se pretendía devolver todo su ambiente a uno de los mejores rincones de Baeza».

En este lugar se dispone una calle entre la muralla de la ciudad y un segundo lienzo defensivo de menor tamaño -la barbacana, propiamente dicha-, cuya longitud aproximada es de 80 metros y su anchura media de 4 metros, con una pendiente que desciende hacia los soportales del Paseo de la Constitución (al que llega a través de un pasadizo por debajo de los edificios). En general presenta edificaciones de dos plantas, disponiéndose en la parte central de la calle un paso cubierto sobre un arco que enlaza dos edificios opuestos, así como el renacentista edificio del pósito, todo lo cual confiere a la calle de un gran sabor.

Esta intervención, con marcada intención de atraer el turismo, valoraría la arquitectura típica así como la construcción y los materiales tradicionales de la ciudad, dejando a un lado la

¹ Sobre la restauración monumental durante el Franquismo sobresalen los trabajos de investigación vinculados a los proyectos de investigación liderados por la profª. Pilar García Cuetos (Universidad de Oviedo): "Restauración y reconstrucción monumental en España 1938-1958. Las Direcciones Generales de Bellas Artes y Regiones Devastadas" (ref. HUM2007-62699), "Restauración y reconstrucción monumental en España (1938-1958). Las Direcciones Generales de Bellas Artes y de Regiones Devastadas" (ref. HUM2007-62699) y "Los Arquitectos Restauradores en la España del Franquismo. De la continuidad de la Ley de 1933 a la recepción de la teoría europea (ref. HAR2015-68109-P)". Para más información: <https://restauracionyreconstruccion.wordpress.com>

monumentalidad de los grandes edificios en aras de la arquitectura popular. La restauración tuvo dos partes definidas: la pavimentación de la calle así como la restauración de fachadas, aleros y cubiertas de los edificios que enmarcan.



Fig. 7. La Barbacana, Baeza (antes y después de la intervención de Llopis Solbes)

Fue la primera obra realizada en el conjunto monumental de Baeza y, según comenta Llopis, «el resultado positivo superaría nuestras optimistas esperanzas» (Palma Crespo, 2015: 238); las obras fueron muy aplaudidas, apuntándose la Dirección General de Bellas Artes un gran éxito. A partir de la misma se volverían a realizar otras intervenciones similares, concretamente en la Plaza de Carvajal y en la Lonja de Santo Domingo de Úbeda.

2.2. La Plaza de Carvajal, Úbeda

Llevadas a cabo en 1972, estas obras se ceñirían en tres apartados: pavimentaciones, restauraciones de fachadas, así como iluminación y decoración en general de la vía pública.

En relación a la pavimentación, ésta se resuelve con un juego de losas de piedra y empedrado; lo que mayor dificultad ofrece es el estudio de rasantes por los desniveles, presidiendo la Plaza y el Palacio de Carvajal con empedrado decorativo a partir de la cual se disponen escalinatas hacia las fachadas laterales o hacia la calle que mantiene una pendiente uniforme en rampa.

En cuanto a los edificios, se procede a una limpieza general de paramentos picando y limpiando la piedra, o enfoscando para encalar donde hubiera otra fábrica. Igualmente se sanearían las carpinterías de puertas, balcones y ventanas así como sus herrajes, restaurando algunos y poniendo otros nuevos.

Finalmente se incluye la iluminación pública por medio de farolas en pared, disponiéndose otros dos más artísticos a ambos lados de la portada del palacio, y dos farolas de pie con tres brazos presidiendo la plaza sobre bancos circulares de piedra; además de regularizar la iluminación pública, con esto se pretendía hacer desaparecer cables, postes y palometas sobre los muros de las casas.



Fig. 8. Plaza de Carvajal, Úbeda (antes y después de la intervención de Llopis Solbes)

2.3. Lonja de Santo Domingo, Úbeda

Proyectada de forma paralela a la Plaza de Carvajal -pero no llevada a cabo hasta 1975- esta intervención vendría a complementar a otras reformas realizadas en la iglesia por Prieto Moreno y Llopis.

Previo a esta actuación, el Ayuntamiento había procedido a dotar a la estrecha calle que circundaba la lonja de aceras de anchuras variables y pavimentadas con loseta hidráulica de cemento y calzada de riego asfáltico; sin embargo, dejaría sin intervenir la lonja, estando ésta sin pavimentar y con sus rasantes desorganizadas. Favorecidos por la diferencia de nivel con la calle, con este proyecto se pretendía ejecutar la pavimentación y ambientación de la lonja y, al mismo tiempo, retocar las fachadas de las viviendas valorando sus elementos monumentales y populares, dotando a la misma de una iluminación adecuada.

Respecto a la pavimentación de la lonja, se definirían dos niveles fundamentales sobre los rasantes con un tratamiento distinto: uno, más próximo al conjunto iglesia-torre, realizado con losas de piedra rectangulares aunque irregulares; y otro intermedio, en contacto con la escalinata que enlaza con la calle, pavimentado en damero de losas de piedra y empedrado. La escalinata, que participaba del doble carácter de escalera y rampa, mezclaría piedra en bordillo y empedrado en huella.

El estudio de la plaza se complementaba con varios elementos ornamentales, empleando la piedra en su doble vertiente monumental y popular (en los bancos corridos sobre el mismo para sentarse), así como de la jardinería (con árboles frondosos como la morera y la acacia). También se dispondría una barandilla metálica protectora que sustituiría un muro de piedra, haciendo más diáfana la visión de los elementos desde abajo, así como varias farolas de hierro forjado que quedarían situadas de forma estratégica.

De forma paralela se llevaría a cabo un repaso general a la ambientación, apreciable en el encalado de los muros enfoscados o de fábricas mixtas, pinturas de carpinterías y de rejas, restauración de portadas y escudos, eliminación de cableado eléctrico...

CONCLUSIÓN

A través de este estudio hemos podido apreciar las diferentes intervenciones llevadas a cabo por la Dirección General de Arquitectura y la Dirección de Bellas Artes en algunos de los espacios urbanos más relevantes de las ciudades jiennense de Úbeda y Baeza, destinadas a mejorar la imagen de la ciudad y fomentar el desarrollo del turismo, una de las principales aspiraciones en la España del Franquismo.

Si bien se trataban de intervenciones historicistas, grandilocuentes y folkloristas, estas actuaciones lograron cumplir con su objetivo principal como sería la llegada de capital extranjero, permitiendo consolidar la imagen de una nación en continuo desarrollo y progreso, sentando las bases de su posterior desarrollo turístico de ambas ciudades (considerado en la actualidad como uno de sus principales motores económicos).

BIBLIOGRAFÍA

Almansa Moreno (2005)

Almansa Moreno, J.M. (2005). *Guía completa de Úbeda y Baeza*. Editorial El Olivo, Úbeda.

Almansa Moreno (2011)

Almansa Moreno, J.M. (2011): *Urbanismo y arquitectura en Úbeda (1808-1931)*. Asociación Cultural “Alfredo Cazabán Laguna”, Úbeda.

Almansa Moreno (2015)

Almansa Moreno, J.M. (2015): “La restauración monumental en Úbeda durante los últimos años del franquismo: la obra de José Antonio Llopis Solbes”. En *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura*, N. 5, pp. 71-86. Disponible en: <http://www.albolafia.com/trab/Alb-Doss-005.ALMANSA.pdf>.

Almansa Moreno (2017)

Almansa Moreno, J.M. (2017): "La recuperación del patrimonio y el desarrollo del turismo durante el Franquismo. Las intervenciones de la Dirección General de Arquitectura en Úbeda (Jaén)". En *De Arte. Revista de Historia del Arte (Universidad de León)*, N. 17.

Castro Fernández (2012)

Castro Fernández, B. (2012): "Restauración monumental y propaganda: perspectivas de intervención en España y Portugal". En: García Cuetos, P., Almarcho Nuñez-Herrador, E. y Hernández Martínez, A.: *Historia, restauración y reconstrucción monumental en la posguerra española*. Abada, Madrid, p. 166.

Casuso Quesada (2010)

Casuso Quesada, R. (2010): "Arquitectura y restauración monumental (1917-2003)". En Moral Jimeno, M. (Coord.): *Baeza: Arte y Patrimonio*. Ayuntamiento de Baeza, Baeza, pp. 335-361.

Esteban Chapapría (2008)

Esteban Chapapría, J. (2008): "El primer franquismo ¿la ruptura de un proceso en la intervención sobre el Patrimonio?". En: Casar Pinazo, J.I. y Esteban Chapapría, J. (Coord.): *Bajo el signo de la victoria. La conservación del patrimonio durante el primer franquismo (1936-1958)*. Pentagraf Editorial, Valencia, pp. 21-70.

García Pablos y Moya Blanco (1949)

García Pablos, R. y Moya Blanco, R. (1949): *Proyecto de ordenación de la Plaza Vázquez de Molina*, Archivo General de la Administración, Fondo Ministerio de la Vivienda, IDD (04)117.004, caja 51/11624.

García Pablos, Pons-Sorolla y Moya Blanco (1963)

García Pablos, R., Pons-Sorolla, F. y Moya Blanco, R. (1963): *Úbeda (Jaén). Ordenación del Mirador de El Salvador*, Archivo General de la Administración, Fondo Ministerio de la Vivienda, IDD (04)117.004, caja 51/11810.

García Pablos (1950)

García Pablos, R. (1950): *Baeza (Jaén). Proyecto de urbanización de la Plaza de Santa María*. Archivo General de la Administración, Fondo Ministerio de la Vivienda, IDD (04)117.004, caja 51/11625.

Hernández Martínez y Castro Fernández (2013)

Hernández Martínez, A. y Castro Fernández, B. (2013): "Patrimonio monumental y turismo. La ordenación de conjuntos monumentales en Aragón: el caso de Sos del Rey Católico (Zaragoza)". En *E-rph: Revista electrónica de Patrimonio Histórico*, N. 13. Disponible en: <http://revistaseug.ugr.es/index.php/erph/article/view/3491>.

Llopis Solbes (1970)

Llopis Solbes, J.A. (1970): *Proyecto de restauración del recinto de la Barbacana. Baeza - Jaén*. Archivo General de la Administración, Fondo Cultura, (03) 115, caja 26/00174.

Llopis Solbes (1972 a)

Llopis Solbes, J.A. (1972): *Proyecto de restauración en la Cuesta y Plaza de Carvajal. Úbeda - Jaén*. Archivo General de la Administración, Fondo Cultura, (03) 115, cajas 26/00033 y 26/00224.

Llopis Solbes (1972 b)

Llopis Solbes, J.A. (1972): *Proyecto de obras de restauración y ordenación de la lonja de Santo Domingo. Úbeda - Jaén*. Archivo General de la Administración, Fondo Cultura, (03) 115, cajas 26/0077 y 26/00194.

Martínez Monedero (2012)

Martínez Monedero, M. (2012): "El centro histórico: del olvido de posguerra a la escenografía". En: García Cuetos, P., Almarcho Nuñez-Herrador, E. y Hernández Martínez, A.:

Historia, restauración y reconstrucción monumental en la posguerra española. Abada, Madrid, pp. 223-246.

Martínez Tercero (1999)

Martínez Tercero, E. (1999): "La recuperación del patrimonio español en la posguerra (1938-1958)". En Monjo Carrió, J. (Coord.). *Teoría e historia de la rehabilitación*. Munilla-Lería, Madrid.

Molina Hipólito (1982)

Molina Hipólito, J. (1982): *Baeza histórica y monumental*. Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba, Córdoba.

Moral Jimeno (2010)

Moral Jimeno, M. (2010). «La "nueva plaza"» [En] En Moral Jimeno, M. (Coord.): *Baeza: Arte y Patrimonio*. Ayuntamiento de Baeza, Baeza, pp. 346-349.

Palma Crespo (2015)

Palma Crespo, M. (2015): *Baeza restaurada. La restauración del patrimonio baezano en el siglo XX*. Universidad de Granada, Granada.

Pasquau (1950)

Pasquau, J. (1950). "Una fuente monumental". En *Revista Vbeda*, N. 8

Pérez Escolano (1987)

Pérez Escolano, V. (1987): "Guerra Civil y Regiones Devastadas". En: VV.AA.: *Arquitectura en Regiones Devastadas*. MOPU, Madrid, pp. 139-152.

Ponce Llaveró (1948)

Ponce Llaveró, P. (1948): "Una reunión de urbanistas, una exposición y las ciudades histórico-artísticas de nuestra provincia". En *Revista Paisaje*, N. 34.

Pons Sorolla (1957)

Pons Sorolla, F. (1957): *Baeza (Jaén). Proyecto de ordenación de la Plaza de los Leones*. Archivo General de la Administración, Fondo Ministerio de la Vivienda, IDD (04)117.004, caja 51/11657.

Romero Gallardo (2010)

Romero Gallardo, A. (2010): "Apuntes y reflexiones en torno a la obra restauradora del arquitecto Francisco Prieto-Moreno y Pardo". En *E-rph: Revista electrónica de Patrimonio Histórico*, N. 7. Disponible en: <http://revistaseug.ugr.es/index.php/erph/article/view/3383>

Torres Camacho (2006)

Torres Camacho, J.N. (2006): "Turismo, patrimonio y desarrollo económico a través de las denominaciones geoturísticas en el Franquismo". En VV.AA.: *Impulso al Desarrollo Económico a través del Turismo. VIII Jornadas de Investigación en Turismo*. Universidad de Sevilla, Sevilla.

CONSERVACIÓN DE UN LEGADO PATRIMONIAL: LOS ATAVÍOS DE LAS IMÁGENES VESTIDERAS EN LAS VÍRGENES DOLOROSAS SEVILLANAS

Francisco José Carrasco Murillo¹

Universidad de Sevilla

fjcarraocomurillo@gmail.com

RESUMEN

El atavío de las imágenes de candelero es un tema escasamente tratado desde el punto de vista científico en el ámbito patrimonial. Abordamos aquí un breve estudio que recoge el desarrollo tanto de las esculturas como de su atuendo para poder conocer la evolución y el mantenimiento de los cambios, que se han producido en las imágenes vestideras de las vírgenes dolorosas de Sevilla, hasta conformar una nueva iconografía². Entre los objetivos, buscamos reivindicar esta práctica artística como un signo distintivo del patrimonio local.

Ante la falta de estudios, para desarrollar esta investigación, ha sido imprescindible la consulta multidisciplinar, con especial protagonismo de las entrevistas y acceso a fuentes vivas, así como la comparativa de grabados y fotografías para conocer el testimonio gráfico de esta actividad efímera.

Con este estudio se pretende también poner en relevancia la importancia de este patrimonio para la cultura andaluza como distintivo ante otras manifestaciones similares en otros puntos de la geografía.

PALABRAS CLAVE

Patrimonio inmaterial, religiosidad, rito, atavío, indumentaria, imagen de candelero, conservación preventiva

INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente el patrimonio ha estado vinculado a los bienes tangibles, pero el espectro se ha incrementado y completado con el ámbito de lo inmaterial, en el que se recogen las costumbres y tradiciones de los distintos pueblos y culturas, siendo una muestra de su idiosincrasia.

En el caso de la cultura andaluza, y entrando ya dentro de las claves identificativas hemos de reconocer la fuerte implicación de los valores ligados a las prácticas religiosas, hasta el punto de que en la sociedad podemos reconocer como Patrimonio Cultural Inmaterial la celebración de la Semana Santa, un rito en el que confluyen manifestaciones de muy diversa índole.

¹ Doctorando del programa Arte y Patrimonio, de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Sevilla. Conservador – Restaurador de Bienes Culturales.

² Este artículo presenta una síntesis de los resultados obtenidos en una investigación académica abordada por el autor, que obtuvo la máxima calificación: Carrasco Murillo, F.J. (2015). *Patrimonio inmaterial: en torno a la labor del vestidor de las dolorosas de candelero*. Trabajo Fin de Grado defendido en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Sevilla, bajo la tutorización de la Dra. María Arjonilla Álvarez

Dentro de los múltiples aspectos que podrían ser dignos de estudio, esta aportación se centrará en el diseño y uso de cada uno de los complementos que adornan la vestimenta de las imágenes sagradas que se integran en las procesiones, realizadas durante esta celebración, que puede considerarse como una de las artes aplicadas de más riqueza, debido a su alto componente artístico, y también antropológico, ya que se trata de una actividad en la que se culmina la obra de arte escultórica con la personalidad propia de cada vestidor, pasando esta labor de generación en generación de manera que la tradición se vea continuada. Se trata por tanto de un arte vivo, donde conviven en perfecta armonía elementos patrimoniales tangibles, como son las propias esculturas o los ropajes y aderezos con los que se adornan, con otros aspectos intangibles, creando un contexto complejo donde no se pueden descontextualizar ninguno de los elementos que lo conforman.

No obstante, las formas y rituales ligados a la práctica del vestir imágenes es un proceso desconocido por un amplio porcentaje de la comunidad que participa en esta celebración, lo que redundaría la falta de valoración de esta actividad, por ser una labor muy íntima, que las hermandades ocultan con cierto recelo. Por este motivo, es necesario poner en valor los antecedentes en la creación de estas imágenes escultóricas y la evolución de sus atavíos³, para darlo a conocer a la sociedad y así poder propiciar su conservación.

A pesar de que en siglos pasados fueron las imágenes de gloria⁴ de la Virgen las que conformaron el prototipo en la vestimenta mariana, nos ceñiremos al estudio de las imágenes de la Virgen en su iconografía dolorosa⁵, ya que hoy en día son las que han adquirido un mayor auge dentro del contexto estudiado. Las vestimentas de la Virgen gloriosa y dolorosa han variado en el tiempo, sufriendo una evolución diferente en cada caso con puntos en común. Debido a que esta actividad está llena de peculiaridades, teniendo incluso distintos focos de creación con aspectos diferenciados dentro de la propia Andalucía, creemos más acertado desarrollar el proceso de creación del estilo de vestimenta sevillano para las Vírgenes dolorosas de candelero.

³ Según la definición de la Real Academia Española, el atavío se refiere a las prendas que cubren el cuerpo y los objetos que sirven para el adorno. En el caso que nos ocupa debemos entender el atavío como el conjunto de ropajes, joyas y elementos iconográficos con los que las esculturas son revestidas. En un sentido más amplio, se entiende el atavío como la manera en la que se encuentra vestida la imagen.

⁴ Entendemos por imágenes gloriosas a todas aquellas que están relacionadas con la representación de los misterios gloriosos o gozosos vinculados con la Virgen María.

⁵ La Virgen Dolorosa es la representación mariana de los momentos correspondientes a la Pasión de Jesús, entre el Prendimiento (madrugada del Jueves Santo) y la Resurrección (Domingo de Pascua). A pesar de esta cronología, en Sevilla procesionan estas imágenes desde el Domingo de Ramos al Domingo de Pascua.

CREACIÓN DE UN NUEVO MODELO ICONOGRÁFICO: LA VIRGEN DOLOROSA DE VESTIR

El fenómeno de vestir a las imágenes comenzó como método de reparación y actualización de las esculturas góticas para humanizarlas y provocar con ello un aumento en la devoción de aquellas que quedaron relegadas a un segundo plano ya que, con el tiempo, los gustos estéticos fueron cambiando y las representaciones marianas medievales quedaron anticuadas para la época.

Las fuentes suelen afirmar la creencia de la aparición de las imágenes vestideras en el barroco. Sin embargo, en la Catedral de Sevilla se encuentra la Virgen de los Reyes, del segundo cuarto del s. XIII, concebida sedente, articulada y para ser revestida. Hay una corriente de pensamiento que defiende que no se debe entender esta imagen como un caso excepcional en la historia del arte, si no plantear la hipótesis de la aparición de imágenes de vestir anteriormente al período barroco.

La imagen de vestir es una evolución iconográfica de la representación de la Virgen que está relacionada con el acabado de la escultura, sin importar si se trata de una imagen dolorosa o de gloria. El prototipo en Andalucía es la imagen de candelero⁶: terminada en cabeza y manos minuciosamente; con busto insinuado con formas poco detalladas; brazos articulados y un bastidor troncónico realizado con listones de madera que conforman la parte inferior del cuerpo y que se conoce como candelero, parte que da nombre a esta tipología escultórica.

Estas imágenes están concebidas para ser completadas con la indumentaria, por ello se simplifican las partes que van a quedar ocultas por los ropajes tanto en la fase de talla como en la policromía, con intención de economizar materiales y tiempo de trabajo. Además, la creación del bastidor o candelero permite aligerar su peso, haciéndola más liviana para procesionar.

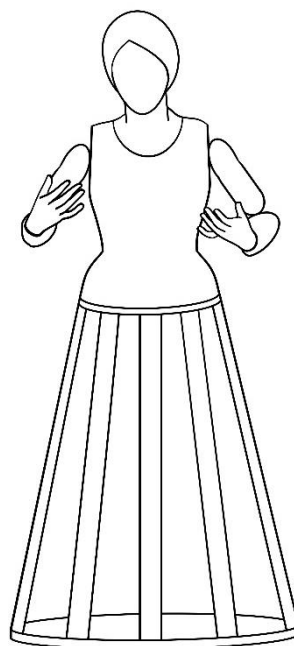


Figura 1: Esquema de una dolorosa de candelero.

En la segunda mitad del s. XVI Sevilla vivió un desarrollo artístico que hizo que fuera uno de los focos más destacados en la escultura barroca. En este momento se asentó el modelo iconográfico de la Virgen de candelero debido al auge de las procesiones penitenciales.

El modelo estilístico de estas imágenes lo dieron las que pertenecen al s. XVII: *“rostros suaves, de dolor contenido, de correctísimas facciones, de aspecto refinado y ciudadano, y con encarnación trigueña, como corresponde al modelo escultórico de Montañés y Mesa”* (Sanz 1983: 129; González Gómez y Roda Peña 1999).

A final de siglo se comenzaron a añadir postizos como pestañas, ojos de cristal y lágrimas. A mediados del s. XVIII, presentarán rasgos más finos y un cierto adelgazamiento del rostro. La mayoría de las imágenes presentan hoy en día un aspecto dieciochesco debido a los retoques y reparaciones que sufrieron en este momento muchas de ellas.

⁶Este término es el utilizado en el lenguaje local, pero puede ser sustituido por imagen vestidera o imagen de bastidor.

Con la Ilustración, la corte borbónica trajo consigo el estilo neoclásico imperante en la moda francesa. Este estilo no aportó grandes cambios en las Dolorosas de candelero, tan solo una leve “contención emocional” y empalidecimiento de la policromía.

En el s. XIX se generó una gran producción y restauración de imágenes, necesarias tras los incidentes que originó la entrada de las tropas francesas en Sevilla.

Un siglo más tarde se vivió otra renovación en las cofradías sevillanas, donde se siguió el modelo iconográfico barroco acentuándose la personalidad propia del autor. Pero será después de la Guerra Civil, y en la década de los cincuenta, cuando encontremos el punto álgido de producción de imágenes procesionales (Sanz 1983: 126, 128).

La mayoría de los escultores de principios del s. XX se desvincularon de la estética contemporánea, situación sin precedentes en la escuela escultórica sevillana, probablemente por ser una época marcada por el antifigurativismo y la deshumanización que no encajaba con el prototipo que buscaban las hermandades (Roda Peña 1999: 231). Utilizaron un estilo neobarroco propio del movimiento regeneracionista imperante en dicho período.

Hoy en día se siguen produciendo este tipo de imágenes, empleando las mismas técnicas y respetando los elementos fundamentales que caracterizan a una imagen de vestir (brazos articulados y candelero). Sin embargo, podemos encontrar imagineros⁷ que realizan imágenes siguiendo los cánones más clásicos y otros que se adentran en las últimas tendencias creativas: el hiperrealismo.



Figura 2: Imagen de *Nuestra Señora de los Dolores*, realizada por Juan Manuel Parra en el 2015 siguiendo los cánones clásicos de la escuela granadina.



Figura 3: Imagen del conjunto *El Duelo de la Virgen*, realizada por Juan Manuel Parra en el 2013, llevando a cabo un estudio hiperrealista.

⁷ Artista que se dedica a la producción de escultura religiosa.

EVOLUCIÓN DE LA INDUMENTARIA DE LAS DOLOROSAS EN LA SEMANA SANTA DE SEVILLA

Las publicaciones de Sánchez Rico, Bejarano Ruiz y Romanov López-Alfonso (2015), Castellano (2004), Palomero Páramo (1983), Martínez Amores (2005) y Sanz (1983) han sido las principales fuentes consultadas para analizar la evolución de la indumentaria en las imágenes de Dolorosas, junto con el análisis de grabados y fotografías. Mi aportación principal al estudio ha sido sin embargo las entrevistas realizadas a personas implicadas actualmente en esta actividad, que son fuentes vivas de vital importancia, a las que he podido acercarme por mi vinculación personal con las hermandades sevillanas. En ellas, he podido conocer de primera mano cuál es su metodología a la hora de vestir una imagen y cuáles son sus inquietudes con respecto a la conservación de las mismas.

La piedad popular y la normativa eclesiástica marcaron cómo debían vestirse las imágenes. Desde el primer momento, las representaciones de la Virgen utilizaron los atuendos de la realeza y la corte, ya que eran los de mayor calidad, y se vieron influenciados por los cambios de moda. Está avalado iconográficamente ya que la Virgen era representada como reina de cielo y tierra, reforzando esta vestimenta dicho mensaje. Sin embargo, la riqueza con la que se vestía a las imágenes entraba en contradicción con el mensaje de pobreza del Evangelio.

Martínez – Burgos García (1989 y 1990) recoge las críticas de Erasmo de Rotterdam sobre los abusos de la Iglesia católica en las celebraciones y ritos, que hicieron que la propia Iglesia comenzara a defender el uso de las imágenes en sucesivas constituciones sinodales, que culminaron en el Concilio de Trento de 1545.

Con las férreas normativas de los sínodos y el Concilio no se pretendía desterrar la costumbre de vestir las imágenes, sino que no fueran enojadas y aderezadas sin decoro para evitar modas concretas en las que no pudiera diferenciarse lo divino y lo terrenal. La prueba está en que uno de los aspectos en los que se hacía hincapié es que las imágenes tuvieran sus propios vestidos y no fueran prestados por las damas. En muchas ocasiones esta censura desarrollada por los obispos quedó en un plano teórico, ya que en la realidad la propia Iglesia favorecía estas prácticas porque ejercían una fuerte atracción devocional.

Siglo XVI

Las Vírgenes de gloria tomaron la moda de los Habsburgo, casa de Austria, en el siglo XVI. El traje o saya femenino de esta época se componía de una falda cónica denominada “basquiña” (normalmente dividida en dos). El cuerpo o jubón quedaba muy ajustado a modo de corpiño y terminaba delante en forma de pico con un talle muy alto. Se completaba con doble manga, una interior ajustada y una exterior abierta cogida en el antebrazo (brazales o mangas perdidas). Una imagen muy representativa de este atuendo es el retrato realizado a la Infanta Isabel Clara Eugenia por Alonso Sánchez Coello en 1585 – 1588.

Previamente se colocaban las prendas interiores que se componían de camisa blanca de algodón o lino, que cubría de los hombros a las rodillas; tres o cuatro enaguas con volantes del mismo tejido que la camisa que servían para dar vuelo y volumen a las faldas; por último el verdugado⁸ y encima se disponía otra falda llamada manteo realizada en un tejido rico y con adornos en el bajo para mostrarlo al levantar el vestido.

El atuendo mariano se completaba con la recuperación de los mantos, adoptado de la cultura musulmana y hebrea como signo de la costumbre de que las damas salieran cubiertas a la calle. Se colocaron desde los hombros o la cabeza, y junto con el verdugado dieron a la imagen una silueta piramidal.

⁸ Falda a la que se le incorporaban unos aros rígidos que conformaban la silueta de la falda de manera cónica o acampanada.

El atuendo se terminaba con la corona, símbolo de la realeza de la Virgen. Era uno de los atributos de la imagen mariana a pesar de que hasta 1954 no se aprueba el Dogma de la Realeza de María.

Hasta ahora se ha venido aceptando que la primera imagen Dolorosa para vestir fue la Soledad del Convento de la Victoria de Madrid, tallada por Gaspar de Becerra en 1565, vestida por la viuda Condesa de Ureña, que será la promotora del uso para las Dolorosas de las prendas de luto de una viuda de la época, que se mantendrá hasta prácticamente el s. XVIII. (Prieto Prieto 2013; Romero Torres 2012 y 2013).



Figura 4: *Virgen de la Soledad.* Convento de la Victoria de Madrid. Gaspar Becerra, 1565. Fotografía anterior a 1925, Fototeca del Patrimonio Histórico.



Figura 5: *Condesa de Ureña.* Obra anónima, s. XVI. Universidad de Osuna (Sevilla).



Figura 6: *La Emperatriz María de Austria.* Ca. 1600 Juan Pantoja de la Cruz.

Las imágenes Dolorosas siguieron el protocolo de la corte en el s. XVI para el traje de viuda, utilizando un manto de cola larga, vinculado a los lutos ampulosos, y vestido negro, que se cubría con la toca de papos blanca, donde se dejaba espacio para unos moños laterales a la altura de las orejas peinado de moda en el s. XV – XVI, y una toca blanca fina hasta la altura de los hombros, que a partir de 1600 se alargó hasta las rodillas. Las prendas interiores eran iguales a las citadas anteriormente.

Este atuendo está relacionado con el de sacerdotisa⁹, utilizado por la mayoría de hermandades sevillanas. A pesar de que en los inventarios del ajuar de las Dolorosas no se describe con exactitud esta iconografía, podemos apreciarla en los grabados y representaciones de los s. XVII y XVIII. Era común que las Dolorosas vistieran con saya o alba blanca, manto negro, corona y estola negra sobre los hombros (Jiménez Sampedro 2004: 616-617).



Figura 7: *Nuestra Señora de los Ángeles*. Pintura del Simpecado de la Hermandad de los Negritos. Obra anónima, s. XVIII.

Siglo XVII

La evolución de la vestimenta en esta época es complicada, ya que estuvo marcada por los gustos populares. Además, se produjo un cierto inmovilismo en algunas imágenes que tardan en adaptarse a los cambios que se vivían en ese momento en la corte. En este siglo muchas imágenes seguían vestidas a la moda de la corte del rey Felipe II.

Siglo XVIII

En este momento se incorporaron tejidos, joyas y bordados más elaborados siguiendo las influencias francesas traídas a la corte española por el nuevo monarca Borbón, Felipe V. Las imágenes adquirieron una composición piramidal al adoptarse la disposición del manto desde la cabeza; el verdugado sobrevivió hasta el último tercio del siglo donde se eliminó para conseguir formas más naturales; los brazales o mangas perdidas fueron eliminadas de los jubones; la moda Imperio trajo consigo la elevación del talle en los vestidos hasta la altura del pecho; se mantuvo inalterable la toca sencilla y la de papos hasta mediados de siglo.

El cambio de dinastía en el trono trajo consigo otros usos y costumbres en el atavío de las viudas de luto, lo que propició que se olvidara el significado de la vestimenta de las Dolorosas y comenzaran a tener un carácter propio, respetando solo el uso de los colores blanco y negro del antiguo atuendo de la casa de Austria. El vestido monjil que utilizaban hasta ahora las imágenes marianas empezó a llamarse saya y se pasó de los tejidos de paño primitivos al terciopelo, tejido muy apto para el bordado, que comienza a ser utilizado como elemento decorativo en estos ropajes. Las tocas tomaron una longitud tan larga que fueron confundidas con las sayas y comenzaron a exornarse.

Las decoraciones de blondas de encaje de oro y plata, conocidas como "puntas de España", fueron utilizadas como remate de los mantos, disponiéndose vueltas hacia el exterior,

⁹"[...]En el cristianismo el sacerdocio del Señor se comparte a través del sacerdocio común de los fieles, aunque la tradición lo afirma también de la Virgen María, que se ve como un sacerdote sacrificador y paralelamente a los ministros de la Eucaristía"(Jiménez Sampedro 2004: 613; González Isidoro 2004).

lo que derivó en la aparición de la ráfaga¹⁰ dispuesta desde los hombros y que a mediados de siglo adoptó la forma de ocho. Estas ráfagas eran utilizadas en origen tan solo por las Vírgenes de gloria, pero las clases populares comenzaron a asimilar las imágenes de Dolorosas con las de gloria, y se generalizó su uso.

De igual modo, se comenzó a incorporar a las Dolorosas elementos como puñales¹¹, corazones o joyas, lejos de la simplicidad del atuendo de las viudas, pero que completaban su sentido iconográfico.



Figura 8: *Virgen del Mayor Dolor y Traspaso de la Hermandad del Gran Poder.* Grabado de Codina, finales del s. XVIII. Apreciamos el atuendo de viuda de la corte Habsburgo, que se encuentra ya muy ornamentado, y la utilización de elementos iconográficos como la ráfaga y el puñal

El tocado monjil se sustituyó por un escueto tocado realizado con una tira de blonda o mantilla fruncida levemente que caía sobre los perfiles del rostro y un sencillo y plano pecherín. Poco a poco, se fue disponiendo el tocado con mayor virtuosismo, con un fruncido más suelto y natural y desplazándose en el pecho cada vez más hacia abajo. En algunas ocasiones se dejaba ver el pelo, inconcebible en las imágenes antiguas por el decoro que se imponía a las viudas, pero en las Dolorosas cada vez se separaba más de lo litúrgico y lo simbólico, buscando la belleza formal antes que el decoro.

Estos fueron los primeros cambios que despojaron a las vírgenes del atuendo monjil e hicieron prevalecer el de reina. Uno de los cambios fundamentales para dejar atrás el atuendo de la iconografía de sacerdotisa fue la eliminación de la estola (Martínez Amores 2005: 185). Se comenzó a destacar la realeza de María más que la condición de viuda introduciendo tímidamente colores como el morado, azul oscuro y Jacinto¹². Se reservó el luto para iconografías concretas como la de la Soledad.

¹⁰ La ráfaga es una pieza metálica que circunda la silueta de las imágenes de la Virgen, bien desde los hombros o bien rodeando también la corona, conocidas como ráfagas en ocho por su forma característica. Iconográficamente, simula ser los rayos que irradia la Virgen María, en correspondencia a la "mujer vestida de sol" nombrada en el Apocalipsis.

¹¹ El puñal clavado en el pecho o corazón con siete puñales fue tomado como atributo principal para las Dolorosas en referencia a la profecía de Simeón: "Y una espada atravesará tu alma para que se descubran los pensamientos de muchos corazones" (Lc. 2,35).

¹² El color Jacinto está relacionado con el que tiene una variedad del cuarzo llamada "Jacinto de Compostela", con una característica tonalidad rojo – anaranjado.

Siglo XIX

Se estancaron las formas generadas a final del reinado de Carlos III y que se consolidaron en el de Carlos IV, entre finales del s XVIII y principios del XIX.

Las Dolorosas dejaron de utilizar las ráfagas y media luna, y sustituyeron las toallas que llevaban en sus manos por pañuelos. Las sayas y mantos cada vez fueron más ornamentados, ganando amplitud las sayas al estar fruncida en el talle y la silueta de los mantos dejó atrás la composición triangular para adaptarse al cuerpo, marcando los hombros y brazos buscando una postura más expresiva y se comenzaron a desarrollar los polleros¹³. Se volvió a las siluetas acampanadas en las sayas debido a que la disposición del bordado en todo el espacio visible no permitía el tableado del tejido.

A mitad de siglo, las Dolorosas comenzaron a mezclar sus atuendos con los propios de las vírgenes de gloria, empezando a llevar pecherines repletos de joyas. A finales de siglo incorporaron de igual modo la toca de sobremanto, símbolo de virginidad. Probablemente, la utilización de elementos ajenos por tradición en los atuendos de las Dolorosas se debía a la llegada en esta época de vestidores ajenos al mundo de la liturgia.



Figura 9: *Esperanza de Triana*. Juan de Astorga, s. XIX. Sevilla. La imagen muestra un pequeño tocado enmarcando el rostro, mientras que el pecho se encuentra repleto de alhajas. La Dolorosa en este momento ya ha sustituido el uso de las toallas por el pañuelo.

¹³ Estructuras metálicas necesarias para descansar el peso de los mantos y que, además, le dan la forma deseada.

Final siglo XIX – Principios siglo XX

Sin lugar a dudas, el final del s. XIX trajo consigo la revolución en el atuendo de las Dolorosas de la mano de Juan Manuel Rodríguez Ojeda. Luque Teruel (2009 y 2011) desarrolla la vida artística de este bordador que imprimió un sello personal a la imagen de la Esperanza Macarena, convirtiéndola en referente para otras imágenes marianas.

Poco a poco Rodríguez Ojeda irá modificando el atuendo de la Esperanza Macarena introduciendo algunas innovaciones como la apertura del tocado por encima del manto en los lados de la imagen o la colocación del manto adaptado a la silueta de una mujer, marcando los hombros y brazos, que aún sigue siendo característico de muchas imágenes.

La confección de los tocados puede considerarse desde este momento auténticas creaciones artísticas que completan la iconografía de la imagen de vestir, tomando un gran auge la labor del vestidor, persona encargada de colocar los distintos elementos del ajuar las imágenes y que culmina el trabajo del imaginero al completar la escultura con dicha indumentaria.

Se tomaron referentes de la pintura del Siglo de Oro, de la moda, del cine o de las Vírgenes de Gloria (de estas últimas se utilizó el manto recogido bajo los brazos o la disposición terciada, signo de la virginidad de María). A principios del s. XX apareció la vestimenta de hebrea, inspirada en pinturas y tallas barrocas que la representaba con manto azul y túnica Jacinto con tocado blanco y sin corona de realeza.

Con la II República y la posterior Dictadura el atuendo de las Dolorosas no tuvo un modelo en las vestimentas de la corte y la moda femenina de esta época no entraba dentro del decoro con el que debía vestirse a las imágenes sagradas, lo que produjo una ruptura con la moda. Desde este momento, se toman algunas imágenes de referencia como la Esperanza Macarena o la Esperanza de Triana, para imitar sus atuendos en otras imágenes marianas.

Finales siglo XX – Actualidad

Cabe destacar la labor de José Garduño Navas, que constituyó durante la década de los noventa el estilo macareno con una serie de modificaciones: triplicó el pellizco de la frente, dispuso el tocado por encima del manto creando una especie de ocho y despejó lateralmente el rostro de la Macarena. Estas modificaciones crearon una nueva imagen prototípica de la Dolorosa sevillana, por lo que la indumentaria de la Esperanza Macarena fue copiada por multitud de Dolorosas (Palomero Páramo, 1985).



Figura 10: Pepe Garduño retocando a la Esperanza Macarena en la década de los 90. Ante la falta de referentes en la corte, esta imagen es tomada como modelo de referencia en la vestimenta de otras Dolorosas

Más allá del interés y merecida valorización de los atavíos de las imágenes, de los ricos ajuares que ennoblecen las tallas, hemos de destacar en este punto la importancia de la impronta que marca distinción en las formas de vestir, que está en las manos de su vestidor.

Esta actividad se encuentra hoy en día en un nuevo momento de esplendor gracias a la labor de los nuevos vestidores, que han sabido aunar la tradición aprendida de los antiguos referentes con innovaciones que los identifica. Todos ellos constituyen un soplo de aire fresco que viene a aportar una nueva etapa en el arte de la vestimenta mariana sobre una base sólida y consolidada durante siglos.

Entre ellos, podemos destacar, a José Ramón Paleteiro, que innovó en la utilización de tocados dorados; José Antonio Grande de León, recuperando aspectos del s. XIX como líneas rectas y elegantes y la utilización de tejidos ricos con grandes cotas de perfección en la ejecución de sus vestimentas; o Antonio Bejarano, que ha desarrollado un nuevo estilo en la Virgen de las Tristezas de la Hermandad de la Vera Cruz donde busca potenciar la naturalidad y expresividad de la imagen teniendo como referentes las pinturas del siglo de oro.

Estos cambios de vestimenta son actualmente considerados como obras artísticas efímeras, por lo que necesitan de un registro fotográfico para poder ser preservadas. Esta consideración permite identificar la autoría de cada vestidor con algunos puntos en común, pero también la individualidad en el estilo aportado a cada imagen, que en algunos casos es inalterable, aunque intervengan distintos artifices.

La evolución que tuvo esta manifestación artística y devocional en Andalucía ha propiciado la consideración de un estilo radicalmente opuesto a la usanza castellana. La consideración de la Semana de Sevilla como referente ha tenido como consecuencia la “sevillanización” del atavío de las Dolorosas en otros lugares, aunque aún perviven otros grandes focos de referencia como son Granada y Málaga – Antequera.

CONSERVACIÓN DE UN LEGADO

Según recoge la Convención para la salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial en su artículo 2:

“Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas – junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes – que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana”(UNESCO, 2003).

Recientemente, se ha declarado la Semana Santa Bien de Interés Cultural. Este reconocimiento está avalado por el largo recorrido histórico de esta celebración que, en nuestro caso, la ha llevado a ser un claro ejemplo de la idiosincrasia sevillana, y por el interés de la comunidad por mantener la tradición recibida de sus antepasados, disponiendo para ello las bases necesarias para que se reconozca legalmente la importancia de este patrimonio y garantizar así su supervivencia para generaciones futuras.

La Semana Santa hoy en día puede reconocerse como uno de los puntos clave del Patrimonio Cultural andaluz, superando incluso los orígenes religiosos de la conmemoración de la Pasión y Muerte de Cristo para convertirse en un fenómeno sociocultural donde se implica, de una u otra manera, un gran porcentaje de la población.

La vestimenta de las Vírgenes es una de las labores que queda inserta entre estas tradiciones debido a la condición de expresión cultural que le imprimen los vestidores al

proceso. La importancia de esta actividad, que se mantiene vigente mayoritariamente en Andalucía, está ligada a la religiosidad popular andaluza, siendo poco conocido tanto por los integrantes del colectivo de las cofradías como por personas ajenas a él. Esto provoca una acusada falta de valoración de esta actividad, por ser una labor muy íntima, pudiendo calificarla como misteriosa o secreta, que las hermandades ocultan con cierto recelo.

Timón Tiemblo (2012) corrobora la línea de trabajo que plantea la UNESCO para la salvaguarda del patrimonio inmaterial: identificación, documentación, investigación, promoción, valorización y respeto.

Cada vez son más las Hermandades que se implican de lleno en la conservación preventiva de su patrimonio, siendo conscientes del acervo cultural que les ha sido legado y la importancia de mantenerlo para las generaciones futuras. No obstante, el nivel formativo de las personas que tienen bajo su tutela este patrimonio no tiene la formación necesaria para actuar en él. Por ello, una de las labores claves para protegerlo es sensibilizar a la sociedad de los problemas que acusan estos bienes y la manera de prevenirlos sin que suponga la pérdida de la función cultural de los mismos. Pero no debemos olvidar la importancia del patrimonio inmaterial ligado a tradiciones y costumbres, que también debemos luchar para que sean salvaguardados.

En este contexto, no queremos dejar de observar como fundamental el papel del conservador-restaurador a la hora de sumarse a la reivindicación de la puesta en valor de la tradición del vestidor de las imágenes, así como para realizar un plan de conservación preventiva de este rito, preservando cada uno de los elementos implicados en los ajuares y propiciando la documentación de los procesos.

CONCLUSIONES

La evolución en el atuendo de las Dolorosas se inicia con el desarrollo de la iconografía de la Virgen a partir de la Edad Media. Aunque en un principio fueron las imágenes letíficas las que imponían los avances en el atavío mariano, hoy en día son las Dolorosas las que tienen la mayor atención y constituyen el prototipo a seguir. Durante siglos, la vestimenta de las imágenes marianas ha estado condicionada por el decoro y unas estrictas normas de simbología que con el paso del tiempo se han ido diluyendo hasta nuestros días, donde en algunas ocasiones se utilizan las prendas sin comprender totalmente su significado.

No debemos olvidar la importancia de este patrimonio inmaterial ligado a una de las tradiciones y costumbres andaluzas más representativas, la Semana Santa, que también debemos luchar para que sean salvaguardados.

“No se puede anteponer la conservación material de la escultura procesional a costa de la pérdida de los valores tradicionales, históricos, sociales, culturales y religiosos, señas de identidad de nuestro pasado, presente y futuro. Estamos ante un fenómeno social que trasciende el límite de lo meramente artístico. [...] Estas imágenes son, antes que objetos artísticos, testimonio y expresión de una fe, vehículo de devoción y manifestación externa de la misma, orientada al culto y a la piedad” (Albarrán Fernández 2000).

Una de las labores clave para proteger este patrimonio es divulgar su conocimiento y sensibilizar a la sociedad de los problemas que acusan y la manera de prevenirlos sin que suponga la pérdida de la función cultural de los mismos. Ello sólo se podrá paliar con la creación de un programa de conservación preventiva específico que garantice la perdurabilidad de estas prácticas dentro del contexto para el que fueron creadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Albarrán Fernández, J. (2000). "El deterioro de la escultura policromada procesional", en *Monografías de Arte*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Carrasco Murillo, F. J. (2015) "*Patrimonio Inmaterial: en torno a la labor del vestidor de las Dolorosas de candelero*" en Cornejo Vega, F. J.; EspiauEizqguirre, M. y García García, F. *TFG – TFM 2015*. Universidad de Sevilla: Sevilla.
- Castellano, J. (2004). "Sobre la indumentaria de las imágenes de vestir" en Fernández de Paz, E. (Dir.) *Arte y Artesanías de la Semana Santa andaluza* (Vol. 3). Sevilla: Ediciones Tartessos, D.L.
- E.C.C.O. (2002). *Directrices profesionales de E.C.C.O: La profesión y su código ético*. Bruselas.
- González Gómez, J.M. y Roda Peña, J. (1999). "Imagineros e imágenes de la Semana Santa sevillana (1563 – 1763)", en *Las cofradías de Sevilla en la modernidad*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- González Isidoro, J. (2004) "Aproximación a un estudio iconológico de las representaciones de María en la ciudad de Carmona", *Carel: Carmona: Revista de estudios locales* (2), 669-705.
- Jiménez Sampedro, R. (2004). "Sobre la más antigua iconografía de las dolorosas sevillanas: la Virgen vestida de sacerdotisa". *Boletín de las Cofradías de Sevilla*(546), 613 - 619.
- Luque Teruel, A. (2009). *Juan Manuel Rodríguez Ojeda. Diseños y bordados para la Hermandad de la Macarena. 1879 - 1900*. Sevilla: Jirones de Azul.
- (2011). *Juan Manuel Rodríguez Ojeda. Diseños y bordados para la Hermandad de la Macarena. 1900 - 1930*. Sevilla: Jirones de Azul.
- Martínez Amores, J. C. (2005). "De las postrimerías del barroco al romanticismo: evolución en el vestir de la dolorosa sevillana a través del grabado (último tercio s. XVIII - finales s. XIX)". *Boletín de las Cofradías de Sevilla*(553), 183 - 188.
- Martínez - Burgos Garcia, P. (1988). "El decoro. La invención de un concepto y su proyección artística". *Revista de la Facultad de Geografías e Historia*(2), 91 - 102. <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:ETFSerieVII-12C730B7-4AA9-8940-2381-4670EC7201F9&dsID=Documento.pdf> [02/04/2016]
- (1989). "Las constituciones sinodales y la imagen procesional. Normas para la fiesta del siglo XVI". *Espacio, Tiempo y Forma, serie VII, Hª del arte*(2), 81 - 92. <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:ETFSerie7-FB642B8B-2542-C4D3-1E06-29190BB78CCB&dsID=Documento.pdf> [02/04/2016]
- (1990). *Ídolos e imágenes: la controversia del arte religioso en el siglo XVI español*. Valladolid: Secretariado de Publicaciones Universidad de Valladolid.
- Palomero Páramo, J. M. (1983). *Las vírgenes en la Semana Santa de Sevilla*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla.
- (17 de Marzo de 1985). "El arte sevillano de vestir vírgenes (I)". *ABC*, págs. 86 - 87. <http://hemeroteca.sevilla.abc.es/> [11/05/2016]
- (19 de Marzo de 1985). "El arte sevillano de vestir vírgenes (II)". *ABC*, págs. 106 - 107. <http://hemeroteca.sevilla.abc.es/> [10/05/2016]

- (20 de Marzo de 1985). "El arte sevillano de vestir vírgenes (III)". *ABC*, págs. 82 - 83.
<http://hemeroteca.sevilla.abc.es/> [10/05/2016]
- (21 de Marzo de 1985). "El arte sevillano de vestir vírgenes (IV)". *ABC*, págs. 76 - 77.
<http://hemeroteca.sevilla.abc.es/> [10/05/2016]
- (22 de Marzo de 1985). "El arte sevillano de vestir vírgenes (V)". *ABC*, págs. 66 - 67.
<http://hemeroteca.sevilla.abc.es/> [10/05/2016]
- (23 de Marzo de 1985). "El arte sevillano de vestir vírgenes (VI)". *ABC*, págs. 66 - 67.
<http://hemeroteca.sevilla.abc.es/> [10/05/2016]
- Prieto Prieto, J. (2013). *El traje de la condesa viuda de Ureña. Realidad y mito en el origen de la imagen de la Soledad de la Victoria*.
<http://patrimoniocofrade.blogspot.com.es/2013/09/eltrajedelacondesa.html> [07/06/2016]
- (2014). *Las primeras vírgenes vestideras. Breve recorrido histórico por los modelos y gustos en el atavío de la Madre de Dios en los siglos XVI y XVII*.
<http://patrimoniocofrade.blogspot.com.es/2014/06/articulo-de-difusion-las-primeras.html>
 [23/05/2015]
- Roda Peña, J. (1999) "La imaginería procesional sevillana en la primera mitad del siglo XX" en *Las cofradías de Sevilla en el siglo XX*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Romero Torres, J.L. (2012) "La Condesa de Ureña y la iconografía de la Virgen de la Soledad de los Frailes Mínimos (I)", *Cuadernos de los Amigos de Osuna* (14),55-62.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4212599> [07/06/2016]
- (2013) "La Condesa de Ureña y la iconografía de la Virgen de la Soledad de los Frailes Mínimos (II)", *Cuadernos de los Amigos de Osuna* (15),90-98.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4736076> [07/06/2016]
- Sánchez Rico, J. I., Bejarano Ruiz, A. y Romanov López-Alfonso, J. (2015). *Imago Mariae. El arte de vestir vírgenes*. Sevilla: Jirones de Azul.
- Sanz, M. J. (1983). "La representación dolorosa de Nuestra Señora", en *Semana Santa de Sevilla*, vol. 3. Sevilla: Biblioteca de Ediciones Andaluzas S.A.
- Timón Tiemblo, M.P. (2012) "El tratamiento y consideración del patrimonio inmaterial en los lugares de culto", en *Conservación preventiva en lugares de culto*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.
- UNESCO. (2003). *Convención para la salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Obtenido de UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>

ÍNDICE FOTOGRÁFICO

Figura 1: Esquema de una dolorosa de candelero. Ilustración de Francisco José Carrasco Murillo, 2017.

Figura 2: Imagen de *Nuestra Señora de los Dolores*, Juan Manuel Parra, 2015. (Fotografía: Juan Manuel Parra Hernández, 2015).

Figura 3: Imagen del conjunto *El Duelo de la Virgen*, Juan Manuel Parra, 2013. (Fotografía: Juan Manuel Parra Hernández, 2015).

Figura 4: *Virgen de la Soledad*. Gaspar Becerra, 1565. Fotografía anterior a 1925, Fototeca del Patrimonio Histórico. <http://pasionpormadrid.blogspot.com.es/2013/08/el-verdadero-origen-del-lienzo-de-la.html> [19/05/2016]

Figura 5: *Condesa de Ureña*. Obra anónima, s. XVI. Universidad de Osuna (Sevilla). Convento de la Victoria de Madrid. <http://4.bp.blogspot.com/-OAwM3Bfdt0/UjuTHgn7LJI/AAAAAAAAADr0/vfPlfCx0E/s1600/Condesa.png> [19/05/2016]

Figura 6: *La Emperatriz Mariana de Austria*. Juan Pantoja de la Cruz, 1600. <http://patrimoniocofrade.blogspot.com.es/2013/09/eltrajedelacondesa.html> [04/07/2017]

Figura 7: *Nuestra Señora de los Ángeles*. Pintura del Simpecado de la Hermandad de los Negritos. Obra anónima, s. XVIII. Portada del Boletín de la Hermandad de los Negritos, 2015. <http://www.hermandadlosnegritos.org/wp-content/uploads/2015/12/SIMPECADO.jpg> [04/07/2017]

Figura 8: *Virgen del Mayor Dolor y Traspaso de la Hermandad del Gran Poder*. Grabado de Codina, finales del s. XVIII. <http://criosidadesycofradias.blogspot.com.es/2014/08/grabado-de-la-virgen-del-mayor-dolor-y.html> [04/07/2017]

Figura 9: *Esperanza de Triana*. Juan de Astorga, s. XIX. Sevilla. <http://hombresdediosbajolastabajaderas.blogspot.com.es/2011/11/la-esperanza-de-triana-el-aspecto.html> [04/07/2017]

Figura 10: *Esperanza Macarena*. Obra anónima, atribuida al s. XVII. Sevilla. Pepe Garduño retocando a la Esperanza Macarena en la década de los 90. <http://sevilla.abc.es/pasionensevilla/wp-content/uploads/2014/05/pepe-garduno-noventa.jpg> [02/06/2015]

PATRIMONIO INMATERIAL EN JAÉN: DIFUSIÓN Y EDUCACIÓN COMO MEDIO PARA LA CONSERVACIÓN

Victoria Quirosa García (Universidad de Jaén, vquirosa@ujaen.es)ⁱ

Laura Luque Rodrigo (Universidad de Jaén, lluque@ujaen.es)ⁱⁱ

Resumen

La gestión y tutela del Patrimonio Cultural, en la actualidad, viene marcada por el desarrollo de nuevas herramientas y mecanismos que permiten actuar en las tipologías patrimoniales que se han incorporado de forma más tardía. En el último tercio del siglo XX y primeras décadas del XXI, se trabaja intensamente en la documentación y protección del Patrimonio Industrial, el Patrimonio Inmaterial y diversas variantes de paisaje. En este texto vamos a analizar cómo se han implementado algunas de ellas en un ámbito concreto, el Patrimonio Inmaterial de la provincia de Jaén, incidiendo en la difusión y la educación como principales medios de concienciación y conocimiento patrimonial.

Abstract

The dissemination and protection of the Cultural Heritage at present, it marked by the development of new tools and mechanisms that allow acting in the patrimonial typology that have joined of more late form. In the last third of the 20th century and the first decades of the XXI century, it is employed intensely at the documentation and protection of the Industrial Heritage, the Intangible Heritage and diverse version of landscape. In this text we are going to analyze how there have been implemented some of them in a concrete area, the Immaterial Heritage of the province of Jaen, affecting in the diffusion and the education as principal means of raising awareness and patrimonial knowledge.

Palabras Clave

Patrimonio Inmaterial-Jaén-conservación-gestión-difusión-educación.

Keywords

Intangible heritage- Jaén- conservation- development- dissemination-education

1. INTRODUCCIÓN AL PATRIMONIO INMATERIAL: DEFINICIÓN, ASPECTOS NORMATIVOS Y HERRAMIENTAS DE GESTIÓNⁱⁱⁱ.

El Patrimonio Cultural ha sido definido de forma genérica como la herencia cultural recibida de generación en generación, de hecho, el término en otros idiomas es traducción directa de herencia, como sería el caso de *heritage*, en inglés. Pero ¿quiénes decidían que bienes culturales integraban dicha herencia? Sí nos remontamos a las primeras medidas de protección patrimonial, este conjunto se reducía a aquellas manifestaciones del pasado clásico con valores esencialmente histórico-artísticos. Con el paso del tiempo se irán incorporando otros, que redundaban en el valor documental o estético de las obras. Tenemos que esperar a la segunda mitad del siglo XX para ver un cambio que atiende a la incorporación de conjuntos patrimoniales con los que la población establece lazos de identidad. Siempre se ha considerado que el punto de inflexión al respecto lo marca la Comisión Franceschini de 1964, en cuyo texto se ponía de manifiesto que: "El valor de cualquier bien cultural material, mueble o

inmueble, realizado por el hombre como ser social y cultural, proviene de su valor inmaterial o simbólico y del hecho de ser testimonio de una cultura presente o pasada”^{iv}.

Pero no siempre se ha definido el Patrimonio Inmaterial de la misma forma, en los textos normativos, como la Ley de Patrimonio Histórico Español (LPHE) de 1985, quedaba englobado en el Título VI como “Conocimientos y Actividades”, dentro de categorías que hacían referencia al Patrimonio Etnológico, definido por las costumbres y tradiciones de los pueblos, o Antropológico, relacionado con aspectos biológicos y sociales, aunando ambas las manifestaciones materiales e inmateriales. La mayoría de las normas aprobadas sobre Patrimonio Cultural utilizan esta expresión, hasta que, a inicios del siglo XXI, comienza a generalizarse el uso de los adjetivos “intangible” o “inmaterial”; en este cambio será esencial la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, en el año 2006^v.

La definición de Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) establecida por la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de París (17 de octubre de 2003) de la UNESCO es la siguiente:

“Artículo 2: 1. Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible”^{vi}.

Una definición ampliamente debatida y consensuada por los expertos de ámbito internacional y ratificada por los países que se adhieren a dicha Convención. En la definición también se clasificarán los diversos ámbitos que componen el Patrimonio Inmaterial:

“Artículo 2.2. El “patrimonio cultural inmaterial”, según se define en el párrafo 1 supra, se manifiesta en particular en los ámbitos siguientes: a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; b) artes del espectáculo; c) usos sociales, rituales y actos festivos; d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; e) técnicas artesanales tradicionales”^{vii}.

Como el sistema de protección y gestión del Patrimonio Cultural en España es descentralizado, serán las Comunidades Autónomas en su legislación especializada las que sean más receptivas e incorporen categorías específicas de protección inmaterial, como la Ley 14/2007, de 26 de noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía en su artículo 2. Sobre el ámbito de aplicación, ya plantea esta dualidad:

“La presente Ley es de aplicación al Patrimonio Histórico Andaluz, que se compone de todos los bienes de la cultura, materiales e inmateriales, en cuanto se encuentren en Andalucía y revelen un interés artístico, histórico, arqueológico, etnológico, documental, bibliográfico, científico o industrial para la Comunidad Autónoma, incluidas las particularidades lingüísticas”^{viii}.

Su consideración trajo consigo nuevas metodologías de trabajo documental, sobre todo el conocimiento y la selección serán pasos fundamentales en la valoración de un patrimonio

que había permanecido en el olvido durante tanto tiempo. Vamos a destacar una iniciativa a nivel nacional y otra a nivel autonómico.

El Plan Nacional de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial se publica en octubre de 2011, promovido y desarrollado por el Instituto de Patrimonio Cultural de España (IPCE), partía de la necesidad evidente de adoptar medidas conjuntas y cooperativas de protección por parte de las Comunidades autónomas. En la Introducción al Plan queda clara la urgencia y la dificultad de este trabajo:

“Los Planes Nacionales de Patrimonio Cultural se conciben como instrumentos de gestión del Patrimonio para definir una metodología de actuación y programar las intervenciones, con el fin de coordinar la participación de diversos organismos de la Administración sobre unos bienes culturales complejos. (...)El Plan Nacional tiene como principales objetivos el establecimiento de conceptos, metodología, criterios y programación de actuaciones que permitan la salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de España. Para ello ha sido fundamental poner en valor, en todas las iniciativas y actuaciones encaminadas a la investigación, documentación, promoción, transmisión, formación y difusión de las manifestaciones inmateriales de la cultura el protagonismo de las comunidades, grupos e individuos, poseedores y titulares de las mismas”^{ix}.

Sus objetivos eran:

“-Fomento de la investigación sobre los bienes culturales que integran el Patrimonio Inmaterial, principalmente orientada hacia su documentación.

-Desarrollo de criterios comunes para la ejecución de intervenciones en Patrimonio Inmaterial.

-Establecimiento de una metodología consensuada que guíe la actuación de las administraciones e instituciones (públicas y privadas) en la protección del Patrimonio Inmaterial.

-Diseño y desarrollo de estrategias que favorezcan la difusión de los valores culturales propios de las manifestaciones inmateriales de la cultura. Esta medida implicará la apropiación por parte de las diferentes comunidades de dichos valores culturales”^x.

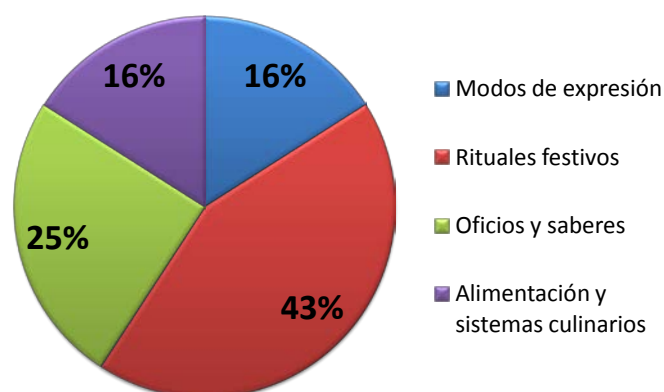
El impulso del Plan ha sido fundamental para comenzar a identificar los problemas intrínsecos de una categoría patrimonial que se encuentra en un continuo peligro de extinción, por las transformaciones sociales que hemos experimentado, por el carácter oral que subyace en la transmisión de este patrimonio y esencialmente porque durante mucho tiempo formó parte de la cotidianeidad y por tanto se le restaba importancia^{xi}.

A nivel autonómico queremos destacar el Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía, puesto en marcha por la Consejería de Educación, Cultura y Deporte a través del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico^{xii}:

“El Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía tiene por finalidad el registro, documentación, difusión y salvaguardia del patrimonio inmaterial de Andalucía. Este proyecto persigue poner en valor y difundir una imagen de Andalucía desconocida y poco valorada que permita a sus protagonistas reconocerse en las expresiones más vivas de nuestro patrimonio cultural. En el Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía se trabaja en cuatro grandes ámbitos o categorías: rituales festivos, oficios y saberes, modos de expresión y alimentación/cocina. Su ámbito territorial es todo el territorio

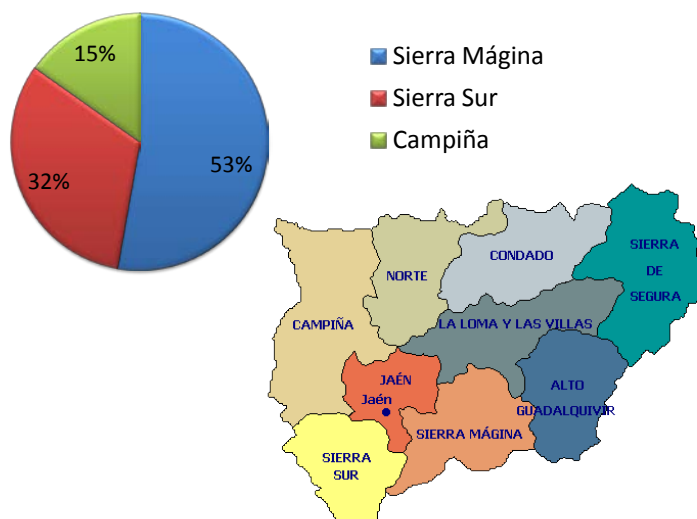
de la Comunidad Autónoma Andaluza compuesta por ocho provincias y 771 municipios agrupados en 62 entidades supramunicipales o comarcas^{xiii}.

Tipologías catalogadas por el IAPH



Tenemos que decir que el Atlas está en proceso de elaboración aún y que no se han documentado todas las comarcas, de todas las provincias, por lo que será esencial que se puedan seguir gestionando fondos económicos para dicha labor. Por ejemplo, en la provincia de Jaén, que analizamos en este texto, sólo se han documentado tres de sus comarcas y no de forma íntegra.

Distribución por comarcas del patrimonio inmaterial catalogado por el IAPH



No podemos olvidar, que dentro de la valoración del Patrimonio Cultural Inmaterial, revisten una especial importancia los rituales festivos que fueron los primeros en documentarse y los más numerosos en las catalogaciones. Esto se debe a la enorme importancia que reviste la declaración de Fiesta de Interés Turístico Nacional o Autonómico y como incide en la

consideración como recurso económico sostenible de dichas celebraciones. En la provincia de Jaén, por ejemplo, nueve de sus Semanas Santas han sido declaradas, Alcalá la Real, Andújar, Baeza, Linares, Jaén, Martos, Santisteban del Puerto, Torredonjimeno y Úbeda, lo que indica la enorme importancia y tradición que tiene esta celebración en la provincia^{xiv}.

2. EDUCACIÓN Y PATRIMONIO INMATERIAL

El PCI es tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo; es integrador; representativo y reconocido por una comunidad, de hecho según la UNESCO, el mantenimiento de las artes tradicionales supone una mejora en la calidad de vida y ayuda a la conservación del medio natural, ya que la artesanía no suele conllevar un desgaste del medio ambiente. Sin embargo, la irrupción de procesos industriales más rápidos y económicos y del turismo de masas, con la introducción de los *souvenirs* turísticos, objetos de baja calidad que sustituyen a la auténtica actividad artesanal, se genera un problema para la conservación del patrimonio artesanal que debe solventarse mediante la educación en distintos niveles formativos.

El Plan Nacional de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial propone como una de sus actuaciones “la implementación de los contenidos relacionados con el Patrimonio Cultural Inmaterial en los currículos educativos”, puesto que:

“la finalidad de la didáctica del patrimonio, se orienta al desarrollo de valores cívicos, éticos y afectivos en relación con la defensa y protección del Patrimonio Cultural, así como el conocimiento de costumbres y tradiciones que ayuden a la construcción de la identidad cultural de los individuos, a la vez que fomentar la diversidad cultural, biodiversidad y geodiversidad”^{xv}.

Además, la versión de la LOMCE de la Junta de Andalucía establece en su artículo 3 del Decreto 111/2016 de 14 de junio de 2016, como uno de sus objetivos “conocer, valorar y respetar los aspectos básicos de la cultura y la historia propias y de los demás, así como el patrimonio artístico y cultural” y “conocer y apreciar los elementos específicos de la historia y la cultura andaluza, así como su medio físico y natural y otros hechos diferenciadores de nuestra Comunidad, para que sea valorada y respetada como patrimonio propio y en el marco de la cultura española y universal”^{xvi}.

Ya en la Orden de 14 de julio de 2016, en la que se desarrolla el currículo correspondiente a la Educación Secundaria Obligatoria, se menciona específicamente el Patrimonio Inmaterial. Por otro lado, en esa misma orden se establece como materia del bloque de asignaturas de libre configuración autonómica de 1º de bachillerato, Patrimonio Cultural y Artístico de Andalucía^{xvii}, que además recomienda como estrategia metodológica entender “esta materia como eminentemente práctica, por lo que se recomienda una programación de trabajo por proyectos” con una metodología “activa y participativa y se favorecerá y potenciará la capacidad del estudiante para aprender por sí mismo fomentando el trabajo autónomo del alumno, el trabajo colaborativo, la utilización de técnicas de exposición y de indagación o investigación, el uso de las TIC y la aplicación de lo aprendido a la vida real”. Dentro del Bloque 3 de la asignatura, Patrimonio Cultural Andalúz, se incluye el tema del patrimonio etnográfico.

Además, si atendemos al texto de la UNESCO, “Replantear la Educación”, de 2015, una de las preocupaciones esenciales es el desarrollo sostenible y se establecen como los cuatro pilares fundamentales de la educación aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a vivir juntos^{xviii}.

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en el Plan Nacional anteriormente mencionado, ofrece una guía didáctica^{xix} para alumnado de bachillerato en la que incide en el

concepto de 'esencia', el concepto de PCI, sus características, ámbitos de manifestación, los BIC, el trabajo de campo y riesgos y propone actividades individuales y colectivas como elaboración de mapas conceptuales, comentarios sobre textos, actividades de verdadero o falso, debates y un trabajo de campo; aunque esta unidad se centra más en contenidos y tareas de aula que en desarrollar otros aspectos como competencias.

Por otro lado, la Junta de Andalucía no desarrolla las orientaciones para las unidades didácticas de la asignatura Patrimonio Cultural y Artístico de Andalucía^{xx}, de hecho tan sólo aparecen en la web, pestañas hasta la unidad 6, que además se encuentra vacía de contenido y hasta sin título, lo que dificulta la integración real de los contenidos referentes al PCI por parte del profesorado. Otro aspecto interesante a tener en cuenta es que los contenidos de esta unidad se prestan a implementar prácticas de innovación docente como es el aprendizaje por proyectos, la clase invertida o *flippedclassroom*, el aprendizaje colaborativo, y el uso de las nuevas tecnologías, así como el conocimiento del contexto y la implicación participativa de las familias.

En cuanto a la educación universitaria, si analizamos los contenidos de los Grados de Historia del Arte de las universidades andaluzas a través de sus guías docentes, nos percataremos rápidamente de que en ninguna universidad existe ninguna asignatura específica sobre PCI o etnografía, excepto como expondremos, en la de Córdoba; Si bien los contenidos se integran en algunas asignaturas. Por ejemplo, en el caso de la Universidad de Jaén, es en la asignatura de *Técnicas Artísticas: artes plásticas y decorativas*^{xxi} (de primer curso y carácter obligatorio) donde en los últimos años se ha dedicado una actividad práctica a conocer este tipo de patrimonio mediante una actividad que consistía en visitar diversos talleres de artesanos que explicaban al alumnado el proceso de creación tradicional, así como las novedades introducidas, también en este mismo curso se oferta *Antropología del arte*^{xxii} donde se incluye la etnografía. En *Gestión y Tutela del Patrimonio Histórico Artístico*^{xxiii} (tercer curso y carácter obligatorio) se incluye un apartado dedicado al PCI y a su protección así como a las instituciones que lo protegen. Por último, en la asignatura de *Técnicas de Investigación en la Historia del Arte*^{xxiv} (tercer curso, carácter optativo), se dedica un apartado al uso de las fuentes orales como medio para conocer este tipo de manifestaciones. Si bien desde las guías docentes no es posible conocer la existencia de estos contenidos, lo cierto es que entre las tres materias se consigue conocer las características formales del PCI, como gestionarlo y protegerlo y como investigarlo.



Ilustración 1: Visita del alumnado de 1º del Grado de Historia del Arte (Asignatura: Técnicas Artísticas: Artes plásticas y decorativas) visitando Alfarería Tito (2017)



Ilustración 2: Visita del Alumnado de 1º del Grado de Historia del Arte (Asignatura: Técnicas Artísticas: Artes plásticas y decorativas) visitando Forja Tiznajo (2017)



Ilustración 3: de 1º del Grado de Historia del Arte (Asignatura: Técnicas Artísticas: Artes plásticas y decorativas) visitando Artesanía Ubedí (2017)

En la Universidad de Granada, aunque no con el nombre de patrimonio inmaterial o etnográfico, se dedica igualmente en primero un apartado de la asignatura *Vocabulario e historia de las tipologías artísticas y constructivas*^{xxv}, a las llamadas artes decorativas donde se incluyen la forja, la cerámica, la madera, textiles y otros tantos procesos, si bien entendemos que se estudian cuestiones de terminología y técnicas y no en cuanto a su práctica artesanal y sus valores asociados, al igual que en la materia *Historia de las técnicas artísticas y de la construcción*^{xxvi}. Como en Jaén, en Granada dedican un tema de la asignatura *Gestión y tutela del patrimonio histórico*^{xxvii} a la protección del patrimonio intangible. En la Universidad de Málaga, igualmente es en las materias relacionadas con las técnicas artísticas donde podemos encontrar alguna mínima referencia, aunque en este caso parece ser menor^{xxviii}. En Córdoba es en la materia de *Gestión y Tutela del Patrimonio* donde existe un tema dedicado a los patrimonios especiales que incluye el etnográfico^{xxix} y lo más interesante, existe una materia optativa denominada *Patrimonio Etnológico* donde se estudia desde aspectos artísticos a antropológicos ligados al PCI, incluida la gestión y usos^{xxx}.

Por último, en las guías docentes del Grado de Historia del Arte de la Universidad de Sevilla^{xxxi} no encontramos mención alguna a los patrimonios especiales, etnográfico, intangible o inmaterial, que son algunas de las muchas nomenclaturas que se emplean, aunque entendemos que es por falta de detalle en la propia guía y que probablemente se incluyan contenidos específicos dentro de las materias similares a las que hemos observado en otras universidades como las referidas a la gestión y a la tutela. También podríamos añadir que universidades como Sevilla o Jaén incluyen asignaturas como Arte y Fiesta o Arte Efímero donde aparecen algunos contenidos relacionados con las festividades propias de nuestro PCI, si bien se centra sobre todo en aspectos históricos y relacionados con lo material, como la arquitectura efímera.

En cuanto a otros grados humanísticos como puedan ser Historia, Geografía o Arqueología, parece que los contenidos desaparecen completamente así como en otras titulaciones con presencia de la Historia del Arte como puedan ser Restauración y Conservación, Bellas Artes o Arquitectura. Sí encontramos menciones a este tipo de patrimonio en grados como Humanidades con materias como Antropología que incluyen el patrimonio inmaterial y en los programas de materias como *Patrimonio Artístico* del Grado de Turismo^{xxxii} y la materia *Patrimonio inmaterial, musical y etnológico andaluz* en el Grado de Gestión Cultural

de la Universidad de Córdoba^{xxxiii} y un tema de patrimonio inmaterial dentro de la asignatura *Patrimonio Antropológico*^{xxxiv}, dentro del mismo grado pero en la Universidad de Huelva.

En definitiva, concluimos que el PCI está presente en los grados humanísticos pero de forma dispersa y en ocasiones incompleta, siendo la Universidad de Córdoba la que más espacio dedica a estos contenidos. Probablemente la relación entre Historia del Arte y lo etnográfico aun sea distante, dejando este campo a la antropología, pero lo cierto es que parece esencial cuando se estudia el Patrimonio Cultural, incluir contenidos específicos y detallados de la cultura inmaterial. Difícilmente quienes se están formando para investigar, proteger y difundir el patrimonio, tendrán en mente el PCI si no se le ha prestado la atención suficiente dentro de los programas de estudio.

3. PROYECTO DE DOCENCIA Y DIFUSIÓN IMPLEMENTADO

Como consecuencia de lo anterior, en el marco del proyecto “Patrimonio inmaterial de la provincia de Jaén como expresión cultural: Estrategia para su protección, reconocimiento y promoción”, se propuso implementar unos monográficos sobre patrimonio inmaterial dentro del marco de las materias *Gestión y Tutela del Patrimonio Histórico Artístico* (Grado de Historia del Arte) y *Patrimonio Artístico* (Grado de Turismo) de la Universidad de Jaén que ahondasen en aspectos relativos al conocimiento del contexto y a la investigación, conservación y difusión sostenible del patrimonio inmaterial.

Así se llevaron a cabo las conferencias: “Proyecto PAGO: El Patrimonio Agrario. La construcción cultural del territorio a través de la actividad agraria” impartida por el Catedrático de la Universidad de Granada José Castillo Ruíz^{xxxv}, cuyo contenido se basó en los resultados obtenidos en un Proyecto I+D+I y la publicación de sus resultados en la Carta de Baeza^{xxxvi}; y la conferencia: “Gestión sostenible del Patrimonio Inmaterial”, impartida por la Profesora de la Universidad Loyola de Córdoba Rosa Colmenarejo Fernández, que centró su charla en la problemática de la festividad de los Patios de Córdoba y su inclusión en la Lista tentativa del Patrimonio Cultural de la Humanidad^{xxxvii}.



Ilustración 4: Conferencia de Rosa Colmenarejo. Universidad de Jaén (2017)



Ilustración 5: Conferencia de José Castillo. Universidad de Jaén (2017)

Por último, se realizó una mesa redonda donde participó el Grupo Panaceite^{xxxviii}, que constituido en Jaén hace más de veinticinco años, ha contribuido al conocimiento y difusión del patrimonio y legado musical de Jaén desarrollando todo tipo de actividades musicales tanto dentro de la tierra como en el exterior. Así, han recuperado villancicos populares, coplas, melenchones, canciones infantiles, etc. Labor ligada a la Asociación Provincial de Coros y Danzas Lola Torres de Jaén^{xxxix}. Además, integramos a un alumno egresado del Grado de Historia del Arte, Álvaro Luque Lomas que ha trabajado sobre el patrimonio inmaterial de la localidad de Los Villares, especialmente sobre los chozos, una construcción arquitectónica usada por los pastores, y la jota de Los Villares, composición musical con baile, típico de la zona. Por último, para completar la mesa, participó una alumna actual del mismo Grado, que trabaja en el Ayuntamiento de la localidad de Torredelcampo, dado que a raíz de un trabajo de clase sobre fuentes orales, ha puesto en marcha la realización de un documental sobre la romería de Santa Ana. Con esta actividad pretendíamos mostrar el trabajo de un grupo consolidado formado por personas con otras profesiones; el trabajo que puede realizar una persona formada en Historia del Arte una vez terminado sus estudios, como investigador independiente; y por último el trabajo desde una institución como es un ayuntamiento, al mismo tiempo que se mostraba como las ideas surgidas de un trabajo de clase pueden desarrollarse y adquirir cierta entidad.



Ilustración 6: Julia Parras en la mesa redonda sobre patrimonio inmaterial. Universidad de Jaén (2017)



Ilustración 7: Álvaro Luque en la mesa redonda sobre patrimonio inmaterial. Universidad de Jaén (2017)



Ilustración 8: Grupo Panaceite en la mesa redonda sobre patrimonio inmaterial. Universidad de Jaén (2017)

Además de estas iniciativas de tipo académico y universitario, se ha realizado una última actividad, una conferencia sobre Patrimonio Inmaterial en Jaén impartida en el Instituto Cervantes de Mánchester, dada la participación en el proyecto de su director Francisco Odas. En esta intervención se realizó una introducción general al Patrimonio Inmaterial para posteriormente pasar a explicar algunas manifestaciones de la provincia de Jaén, ligadas en su mayoría con las faenas del campo, concretamente del olivar y con una clara preponderancia de lo religioso. En general, estas manifestaciones tienen un origen medieval o proceden de la conquista y la etapa del repoblamiento. Se incidió en la importancia de no tratar las manifestaciones de forma aislada, ya que por ejemplo a una fiesta se le une el canto, los refranes, la gastronomía o incluso los oficios. Asimismo, se expuso la importancia de las fuentes orales para conservar las tradiciones que dan identidad individual y colectiva o lo que podríamos llamar memoria de grupo y de cómo es importante equilibrar la preservación de la tradición con la renovación.



Ilustración 9: Conferencia en Instituto Cervantes, Mánchester (2017)

En concreto, en Jaén en los últimos años se han llevado a cabo actividades e iniciativas destinadas a promover la preservación del patrimonio inmaterial como es la declaración de Úbeda como Zona de Interés Artesanal de Andalucía en 2012 o el registro desde 2016 de la Asociación Local de Profesionales Artesanos de Úbeda^{xi}. Además, la Diputación Provincial ha organizado recientemente el I Festival de la Artesanía^{xii}. A esto debemos sumar iniciativas a nivel autonómico como la serie de televisión “Andalucía. Patrimonio Inmaterial”, de Canal Sur^{xiii}.



Ilustración 10: Palacio Provincial durante la celebración de la Feria de Artesanía en Jaén

4. PATRIMONIO INMATERIAL INCLUIDO EN LA PRESENTACIÓN

En la presentación no se pudo por cuestiones de tiempo, incluir todo el vasto patrimonio que compone el PCI de la Provincia de Jaén, por ello, realizamos una selección de algunas cuestiones significativas, respetando las cuatro categorías que aparecen en la citada base de datos del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico.

4.1 Oficios y saberes

Seleccionamos talleres de larga tradición en los que conviven las prácticas centenarias con la vanguardia como el Taller de Forja Tiznajo^{xliii}, perteneciente a una familia que lleva seis generaciones dedicados a la forja, que continúan manteniendo las técnicas tradicionales y la fabricación de objetos de uso tradicional, incluso realizan sus propias herramientas. Por otro lado, han sabido adaptarse a los tiempos y también realizan piezas artísticas, en solitario o en colaboración con otros artistas, generalmente de la zona, especialmente monumentos urbanos. Recientemente han recibido el Premio de las Artes en la Construcción Richard H. Driehaus en la Categoría de Forja y Vidrio, a nivel nacional^{xliiv}.

Alfarería Paco Tito^{xliv}, esta Alfarería que existe desde 1965 y desde entonces ha creado una saga familiar. Además de realizar piezas tradicionales, han realizado *atrezzo* para películas y series como *Alatriste* (Dir. Díaz Yanes, 2006) o *Águila Roja*^{xlvi} y piezas artísticas como el sombrero del cantautor Joaquín Sabina u otras en colaboración con artistas como el artista urbano linarense Belin. Continúan además innovando en las técnicas y formas de piezas de uso o decorativas.

El Taller de esparto Artesanía Ubedí^{xlvii}, que realiza tipologías tradicionales como las alfombras ubedíes^{xlviii}, realiza piezas más innovadoras en ocasiones con colaboraciones como por ejemplo con diseñador Leandro Cano, también originario de la provincia de Jaén (Ventas del Carrizal) y organizan cursos para todo aquel que quiera aprender a hacerse sus propias piezas de esparto como alpargatas, pendientes, bolsos, etc. Actualmente es finalista del Premio Nacional de Artesanía.

La labor del esparto estará indisolublemente unida a las labores agrícolas, ya que con el entrelazado de cuerdas de gran resistencia, llamadas pleitas, así como todo tipo de útiles para el transporte e incluso el calzado, se abastecían las humildes necesidades de la población. Un oficio que se transmitía de forma oral y que normalmente se hacía de forma conjunta con otros trabajos en el campo, un ejemplo de este aprendizaje es Antonio Lara, de Mogón, que trabaja el esparto desde los diez años, el ejemplifica la labor de muchos otros artesanos^{xlix}.

Cuando hablamos de labores agrícolas, en la provincia de Jaén, son esencialmente las vinculadas al olivar. Aunque no siempre fue así, desde comienzos del siglo XX podemos hablar casi de un monocultivo que hoy da una imagen homogénea al paisaje compuesto por más de setenta millones de olivos. En el trabajo continuado durante todo el año podemos asociar todo tipo de manifestaciones inmateriales, relacionadas con la olivicultura, en la actualidad se han documentado actividades registradas en el ámbito de oficios y saberes, modos de expresión y alimentación/cocina^l.

En la producción del aceite de oliva se ha tenido en primer lugar en cuenta la conservación de los instrumentos y procedimientos que se han utilizado para el sistema tradicional de producción, musealización de espacios, catalogación de material fotográfico, etc. Se han publicado monografías sobre su consideración patrimonial y se han editado catálogos^{li} del Patrimonio que está relacionado^{lii}. Dentro de los oficios artesanos vinculados al sistema productivo del olivar ya hemos destacado anteriormente, la elaboración de canastos para el transporte de aceituna u otros productos del campo cuya materia prima eran, junto al esparto, las varas de olivos recogidas durante los meses de junio y julio^{liii}. Las manifestaciones culturales de carácter más lúdico en torno al mundo del olivar y el aceite de oliva exaltan las prácticas tradicionales y conmemoran los hitos más destacados del ciclo anual de cultivo del olivo y de la extracción del aceite, como es la fiesta del inicio de la campaña^{liv}, cuya implantación es más reciente y la de finalización de la campaña, denominada remate. Tanto en la recogida como en las festividades mencionadas se conservan modos de expresión entre los que se han catalogado canciones, que algunas mujeres aún conservan en su memoria pues las cantaban durante la recolección de la aceituna, en cuadrilla y durante el trabajo o en momentos de recreo en el cortijo^{lv}. En el campo de la alimentación, del que hablaremos más tarde, podemos citar el aliño de la aceituna. En el Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía, se han documentado alrededor de treinta actividades relacionadas directamente con el cultivo del olivo, la recogida de aceituna y la producción de aceite en toda Andalucía^{lvi}.

Desde hace dos décadas son diversos los recursos que se están desarrollando en la provincia para poner en valor la producción del aceite de oliva, lo que se ha denominado “oleoturismo”, a través de una variada oferta relacionada con el olivar y el aceite: almazaras, restaurantes especializados, alojamientos rurales, cortijos, fiestas, degustaciones y catas de aceite, etc.^{lvii} Han proliferado también espacios musealizados, centros de interpretación que nos ayudan a comprender esta cultura milenaria, ejemplos en la provincia de Jaén son, el Museo de la Cultura del Olivo de Baeza^{lviii}, el Centro de Interpretación del Olivar y Aceite de Úbeda^{lix} o la Red Comarcal de almazaras oleo turísticas^{lx}, entre otros.

4.2 Rituales festivos

La Romería de la Virgen de la Cabeza, comienza según la leyenda en 1227, cuando un pastor llamado Juan Alonso de Rivas, en la noche del 11 al 12 de agosto, mientras cuidaba al ganado comenzó a ver unas luces extrañas en lo alto del Cerro del Cabezo y a oír el sonido de una campana. Al subir, descubrió a la Virgen que le sanó un brazo que tenía impedido y le pidió que construyese una ermita en aquel lugar. Lo cierto es que se sabe que el culto en este lugar se remonta al menos a época romana. La romería es la más antigua de España y la más multitudinaria después de la del Rocío. La Virgen de la Cabeza es además patrona de Andújar por bula del papa San Pío X el 18 de marzo de 1909 y de la diócesis de Jaén por bula del papa Juan XXIII el 27 de noviembre de 1959. La devoción a la Virgen se pone de manifiesto a través de escritores como Miguel de Cervantes, Lope de Vega o Calderón de la Barca. Actualmente se celebra el último domingo del mes de abril y comporta una serie de actos previos como la recepción de las hermandades filiales. En agosto, también se celebran fiestas en su honor en localidades como Campillo de Arenas^{lxi}.

Existen numerosas romerías en toda la provincia, pero cabe destacar la del Cristo de Chircales en Valdepeñas de Jaén, donde se procesiona un lienzo vinculado también a una aparición; la Virgen de Zocueca, patrona de Bailén; y la romería de Santa Ana en Torredelcampo, dado que el culto a la madre en el Cerro Miguelico se remonta a la prehistoria^{lxii}. También es de destacar la romería de Santa Catalina, celebrada en Jaén el 25 de noviembre en el castillo del mismo nombre en Jaén, ya que está vinculada con una legendaria ensoñación del rey Fernando III 'el santo' que le anunciaba la fecha de la toma de la ciudad. Actualmente lleva aparejada la tradición de subir andando el cerro y asar sardinas^{lxiii}.

Otra festividad interesante es la de San Antón, celebrada sobre todo en la capital, donde se realizan lumbres en las que se quema el ramón (rama del olivo, ya que la fiesta se relaciona al final de la cosecha de la aceituna), en torno a la cual se cantan y bailan melenchones y se comen rosetas y calabaza. Además desde 1984 se realiza una carrera internacional. La fiesta está declarada como Bien de Interés Turístico para Andalucía. Por otro lado, en algunas localidades como Cárcheles, Bémez de la Moraleda y Campillo de Arenas, en agosto se celebran las fiestas de Moros y Cristianos, también declaradas Fiestas de Interés Turístico Nacional de Andalucía. La fiesta comienza con los moros robando la escultura de la patrona del pueblo que al día siguiente es rescatada por los cristianos.

Hay que mencionar también las fiestas religiosas como la Semana Santa y otras como el Corpus de Villardompardo, donde las calles se decoran con pinturas en el suelo, flores y sal coloreada y se crean altares con mensajes, cubiertos con juncos, macetas y plantas aromáticas^{lxiv}.

No todas las fiestas cuentan con una tradición prolongada en el tiempo como las que hemos visto hasta el momento, en las últimas décadas se han incorporado algunas al calendario lúdico de la provincia, relacionadas en este caso con la recolección de un producto de temporada. Este es el caso de la Fiesta de la Cereza del municipio de Castillo de Locubín, que se celebra desde 1984, a mediados de junio, en el tercer fin de semana del mes. Durante tres días se llevan a cabo todo tipo de actividades alrededor de la cereza, como concursos gastronómicos, degustaciones, puesta en valor de la artesanía local, etc. Un evento que cada vez cuenta con más afluencia de público y turistas^{lxv}.

4.3 Modos de expresión

En este apartado se destacan en primer lugar las leyendas, vinculadas sobre todo a las apariciones de santos y sobre todo de la Virgen, siendo muy importante la fiesta ligada a la aparición de la Virgen de la Capilla el 11 de junio de 1430 en Jaén, junto a San Ildefonso, ya que desde entonces no sólo es patrona de la ciudad sino también Alcaldesa Perpetua y si observamos las actas capitulares de edad moderna y contemporánea, procesionaba en

numerosas ocasiones con motivo de malas cosechas, sequías o epidemias. También cabe destacar la leyenda del Lagarto de la Malena, que cuenta como en Jaén, en el barrio de la Magdalena, existía un lagarto o dragón que causaba pavor entre los vecinos y que fue vencido gracias a un caballero que según las versiones dio de comer al lagarto pan o una oveja con pólvora o mucha harina con agua^{lxvi}. Esta leyenda, cuya primera referencia escrita se remonta a 1628, ha dado lugar a dichos como ‘vas a reventar como el lagarto la Malena’, en referencia a cuando se ha comido mucho y es el símbolo de Jaén, además de dar nombre al trofeo de fútbol de la ciudad o a un festival de música^{lxvii}. Recientemente han instaurado en la ciudad una fiesta promovida por la Asociación local luventa que conmemora esta arraigada leyenda^{lxviii}.

Por otro lado, se destacan los cantes, especialmente los melenchones, típico de Jaén, está vinculado a las faenas del campo con letras picaronas entre chicos y chicas como: con este novio que tengo ahora, le doy tanta lata al otro y el tonto llora (...); la jota de Los Villares a la que ya se hizo referencia y que difiere de la aragonesa musicalmente; se canta en fiestas y bodas y las letras igualmente tienen tono jocoso. Son también de obligada referencia los himnos de la Morenita^{lxix} y al Abuelo^{lxx}, compuesto por Emilio Cebrián en 1935 y siendo desde entonces la única música que acompaña al paso en su cortejo procesional^{lxxi}.

En este apartado incluimos también los refranes y dichos, muy vinculados al campo y a las fiestas como “desde la Purísima a San Antón, Pascuas son”, que implica que en Jaén, hasta San Antón perdura la decoración navideña en casas y calles; o expresiones de asombro como “la vística”, de afirmación como “ea” y otras más actuales como “tienes más tonterías que el escaparate de Furnieles”^{lxxii} o “te mueves menos que los caballos de cubero”^{lxxiii}, entre otras muchas.

4.5 Alimentación

Una forma sencilla para definir la gastronomía de la provincia es su carácter eminentemente agrícola, basado en la riqueza del aceite, en productos de la huerta, de la matanza del cerdo y conservas, ya que la orografía del terreno es abrupta y no llegaba, por ejemplo, el pescado que se consumía en salazón. En la presentación destacamos como platos tradicionales, la pipirrana jienense, que se elabora con un tomate específico de la provincia, denominado tomate piel de doncella^{lxxiv}, los andrajos de Úbeda^{lxxv}, la importancia de la carne de caza, de los embutidos, como el chorizo o la morcilla que tradicionalmente se usan para rellenar ochíos^{lxxvi}, el lomo de orza, etc. sin olvidar dulces típicos como los Virolos de Baeza^{lxxvii} o los dulces de Guarromán.

4.6 Otras manifestaciones

Aquí incluimos el juego de los Bolos Serranos, arraigado en el Parque Natural de Cazorla, Segura y las Villas, cuyos orígenes se pierden en el tiempo, aunque parecen provenir de Cantabria y haber llegado con la conquista cristiana. Desde 1969 se celebra el Campeonato Comarcal y en 1998 se creó la Federación Andaluza de Bolos Serranos^{lxxviii}. Es un juego a medio camino entre los bolos por todos conocidos y la petanca, con un terreno de juego de unos 31 metros de largo y compuesto por la línea de mano, la línea de borre y los bolos.

5. CONCLUSIONES

La inclusión del Patrimonio Cultural Inmaterial como una categoría a proteger y gestionar implica un cambio de mentalidad, no en la administración cultural que desde hace dos décadas implementa herramientas de catalogación y puesta en valor sino en la población, que debe identificarse y participar activamente en su conservación. Para ello será esencial la inclusión de contenidos afines en todos los niveles de la enseñanza, sólo protegeremos aquellas manifestaciones que conozcamos y cuya importancia reconozcamos. La artesanía sigue siendo la hermana pequeña de las bellas artes, excluida de los programas de estudios

universitarios y relegados únicamente a las escuelas de arte, así como el estudio de las manifestaciones antropológicas relacionadas indudablemente con la Historia del Arte. Si bien es cierto que para conservar los oficios de la manera tradicional, lo interesante es contribuir a su aprendizaje de taller más que desde las enseñanzas regladas, por lo que deberá promoverse al menos su conocimiento.

En la provincia de Jaén aún queda mucho trabajo por hacer, la inclusión de todas las comarcas en el Atlas nos ofrecería una panorámica fundamental sobre la que trabajar desde los distintos ámbitos implicados, Administración, Universidad, Asociaciones y ciudadanía. Se han implementado en muy poco espacio de tiempo herramientas que funcionan muy bien y que deben tener continuidad económica y temporal. En épocas de crisis este patrimonio ha sido el más perjudicado y el que corre más peligro ya que está asociado en muchos casos a modos de vida extintos, a tradiciones minoritarias, que en ocasiones, como hemos visto, han vencido el paso del tiempo.

La difusión del conocimiento de estas manifestaciones será primordial, bien en primera persona por los artesanos que perpetúan estas tradiciones, bien en ámbitos académicos, congresos y reuniones científicas.

ⁱ Doctora en Historia del Arte. Master en Museología. Profesora Contratada Doctor en la Universidad de Jaén.

ⁱⁱ Doctora en Historia del Arte. Profesora Sustituta Interina en la Universidad de Jaén.

ⁱⁱⁱ Proyecto de investigación en el Instituto de Estudios Giennenses, en el Área de las Ciencias Humanas y la Expresión Artística "Patrimonio inmaterial de la provincia de Jaén como expresión cultural: Estrategia para su protección, reconocimiento y promoción", dirigido por Víctor Luis Gutiérrez Castillo. (diciembre 2016- noviembre 2017)

^{iv} Web Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. Disponible en: http://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/patrimonio-cultural/documentos/gestion-informacion/que_es_patrimonio_inmaterial.pdf Consultado en: 02/07/2017 a 12:25

^v IPCE. Patrimonio Inmaterial. Disponible en: <http://ipce.mcu.es/pdfs/PNPatrimonioInmaterial.pdf> Consultado en: 02/07/2017 a 16:45

^{vi} Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de París. Disponible en: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html Consultado en: 02/07/2017 a 18:05

^{vii} Ibíd. Consultado en: 02/07/2017 a 18:05

^{viii} Ley Patrimonio Histórico Andaluz. Disponible en: <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=coleccion&id=23415&cley=14> Consultado en: 02/07/2017 a 18:25

^{ix} IPCE. Patrimonio Inmaterial. Disponible en: <http://ipce.mcu.es/pdfs/PNPatrimonioInmaterial.pdf> Consultado en: 02/07/2017 a 19:15

^x IPCE. Plan Nacional. Disponible en: <http://ipce.mcu.es/conservacion/planesnacionales/inmaterial.html> Consultado en: 02/07/2017 a 19:32

^{xi} Para conocer más sobre las líneas de actuación del Plan, se publicó un número monográfico al que se puede acceder a través del siguiente enlace: <https://sede.educacion.gob.es/publivena/patrimonio-cultural-de-espana-n-0-2009-el-patrimonio-inmaterial-a-debate/patrimonio-historico-artistico/13394C>.

Así como la página específica del Plan: <http://ipce.mcu.es/conservacion/planesnacionales/inmaterial/actuaciones.html> Consultado en: 02/07/2017 a 15:40

^{xii} Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. Disponible en: <http://www.iaph.es/web/canales/patrimonio-cultural/patrimonio-inmaterial/atlas> Consultado en: 02/07/2017 a 16:18

^{xiii} Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. Disponible en: <http://www.iaph.es/web/canales/patrimonio-cultural/patrimonio-inmaterial/atlas> Consultado en: 02/07/2017 a 17:00

^{xiv} Para conocer más sobre algunas de estas festividades de la provincia de Jaén recomendamos la publicación: AA.VV. (2004): "Guía de fiestas de interés turístico de Andalucía". Junta de Andalucía, Málaga. Pp. 26, 27, 50, 51, 76-79, 82,83, 100, 101, 176, 177, 192, 193,208, 209, 212, 213, 228,229, 284, 285.

^{xv} Unidad Didáctica. Plan Nacional. Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Disponible en: <http://www.mecd.gob.es/planes-nacionales/actuaciones/inmaterial/unidades-didacticas.html> Consultado en: 02/07/2017 a 14:05

^{xvi} Ley de Educación. BOJA. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2016/122/2> Consultado en: 09/04/2016 a 11:12

^{xvii} Ley de Educación. BOJA. Disponible en: http://www.juntadeandalucia.es/boja/2016/145/BOJA16-145-00325-13571-01_00095950.pdf Consultado en: 09/04/2016 a 11:37

- ^{xviii} Replantear la Educación (2015). UNESCO. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002326/232697s.pdf>
Consultado en: 09/04/2016 a 12:29
- ^{xix} Plan Nacional. Ministerio de Educación Cultura y Deportes. Disponible en: http://www.mecd.gob.es/planes-nacionales/dms/microsites/cultura/patrimonio/planes-nacionales/actuaciones/educacion/unidades-didacticas/4_Unidad-didactica_Bachillerato--PROFESOR- FINAL/4_Unidad%20did%C3%A1ctica_Bachillerato%20%28PROFESOR%29_FINAL.pdf
Consultado en: 09/04/2016 a 14:16
- ^{xx} Materiales didácticos. Junta de Andalucía. Disponible en:
<http://www.juntadeandalucia.es/educacion/permanente/materiales/index.php?etapa=3&materia=171&unidad=1#space>
Consultado en: 09/04/2016 a 15:30
- ^{xxi} Guía Docente UJAEN. Disponible en: https://uvirtual.ujae.es/pub/es/informacionacademica/catalogoguiasdocentes/p/2016-17/1/125A/12511010/es/2016-17-12511010_es.html Consultado en: 28/06/2017 a 10:09
- ^{xxii} Guía Docente UJAEN. Disponible en: https://uvirtual.ujae.es/pub/es/informacionacademica/catalogoguiasdocentes/p/2016-17/1/125A/12511001/es/2016-17-12511001_es.html Consultado en: 28/06/2017 a 10:15
- ^{xxiii} Guía Docente UJAEN. Disponible en: https://uvirtual.ujae.es/pub/es/informacionacademica/catalogoguiasdocentes/p/2016-17/1/125A/12512002/es/2016-17-12512002_es.html Consultado en: 28/06/2017 a 10:22
- ^{xxiv} Guía Docente UJAEN. Disponible en: https://uvirtual.ujae.es/pub/es/informacionacademica/catalogoguiasdocentes/p/2016-17/1/125A/12513020/es/2016-17-12513020_es.html Consultado en: 28/06/2017 a 10:34
- ^{xxv} Guía Docente UGR. Disponible en: <http://filosofiayletras.ugr.es/pages/docencia/grados/guias-docentes/cursoactual/arte/2931115/> Consultado en: 28/06/2017 a 10:45
- ^{xxvi} Guía Docente UGR. Disponible en: <http://filosofiayletras.ugr.es/pages/docencia/grados/guias-docentes/cursoactual/arte/2931119/> Consultado en: 28/06/2017 a 10:58
- ^{xxvii} Guía Docente UGR. Disponible en: <http://filosofiayletras.ugr.es/pages/docencia/grados/guias-docentes/cursoactual/arte/2931133/> Consultado en: 28/06/2017 a 11:10
- ^{xxviii} Guía Docente UMA. Disponible en: https://oas.sci.uma.es:8443/pls/apex/f?p=101:3:2154691405165859::NO::P3_ID:112529-5065-109 Consultado en: 28/06/2017 a 11:16
- ^{xxix} Guía Docente UCO. Disponible en: https://www.uco.es/eguiado/guias/2017-18/100658es_2017-18.pdf Consultado en: 28/06/2017 a 11:22
- ^{xxx} Guía Docente UCO. Disponible en: https://www.uco.es/eguiado/guias/2017-18/100675es_2017-18.pdf Consultado en: 28/06/2017 a 11:27
- ^{xxxi} Guía Docente US. Disponible en: http://www.us.es/estudios/grados/plan_167?p=7 Consultado en: 28/06/2017 a 11:38
- ^{xxxii} Guía Docente UJAEN. Disponible en: https://uvirtual.ujae.es/pub/es/informacionacademica/catalogoguiasdocentes/p/2016-17/3/116A/11613009/es/2016-17-11613009_es.html Consultado en: 28/06/2017 a 11:47
- ^{xxxiii} Guía Docente UCO. Disponible en: https://www.uco.es/eguiado/guias/2017-18/102646es_2017-18.pdf Consultado en: 28/06/2017 a 12:15
- ^{xxxiv} Guía Docente UHU. Disponible en:
<http://www.uhu.es/fhum/documentos/estudios/grados/curso1617/GCPR/programas/101312217-3-C2-OB-6-Patrimonioantropologico.pdf> Consultado en: 28/06/2017 a 12:27
- ^{xxxv} La conferencia tuvo lugar el 7 de marzo de 2017.
- ^{xxxvi} Carta del Patrimonio Agrario. Disponible en:
<http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/36377/1/Carta%20de%20Baeza%20sobre%20Patrimonio%20Agrario%20pdf%20libro.pdf>
Consultado en: 02/07/2017 a 19:08
- ^{xxxvii} La conferencia tuvo lugar el 30 de marzo de 2017.
- ^{xxxviii} Web oficial del Grupo Panaceite. Disponible en: <http://www.panaceite.es/biografia.html> Consultado en: 28/06/2017 a 20:02
- ^{xxxix} Facebook oficial del grupo Lola Torres y blog. Disponible en:
<https://es-es.facebook.com/LolaTorresjaen/http://asociacionlolarres.blogspot.com.es/> Consultado en: 03/07/2017 a 09:50
- ^{xl} La Asociación de Profesionales Artesanos de Úbeda se inscribe en el Registro de Artesanos de Andalucía de la Junta", 20 minutos [02/07/2016]. <http://www.20minutos.es/noticia/2788089/0/asociacion-profesionales-artesanos-ubeda-se-inscribe-registro-artesanos-andalucia-junta/> Consultado en: 28/06/2017 a 19:40
- ^{xli} Feria de Artesanía de Jaén. Disponible en: <http://20jaenparaiso.dipujaen.es/index.php/2017/06/09/feria-de-la-artesania/> Consultado en: 28/06/2017 a 19:46
- ^{xlii} Programa Patrimonio Inmaterial Canal Sur. <http://www.canalsur.es/television/programas/andalucia-patrimonio-inmaterial/detalle/220754.html> Consultado en: 04/07/2017 a 11:05
- ^{xliii} Web oficial Forja Tiznajo. Disponible en: <http://www.forjatiznajo.es/> Consultado en: 09/04/2017 a 13:15
- ^{xliiv} Premio Forja Tiznajo. Disponible en: <http://ubeda.ideal.es/ubeda/noticias/201706/15/artesanos-ubetenses-entrega-premios-20170615125825.html> Consultado en: 04/07/2017 a 11:10
- ^{xlii} Alfarería Tito. Disponible en: <http://www.alfareriatico.com/> Consultado en: 09/04/2017 a 12:32
- ^{xlii} Web RTVE serie Águila Roja. Disponible en: <http://www.rtve.es/television/aguila-roja/> Consultado en: 04/07/2017 a 12:48
- ^{xlii} Artesanía Ubedí. Disponible en: <http://www.artesaniaconesparto.com/es/> Consultado en: 09/04/2017 a 21:02
- ^{xlii} Alfombra nacida en Ubbadza (Úbeda) en el siglo XI y desaparecida en el siglo XVI, que por sus calados, dibujos, arabescos, filigranas y colores, adquirieron fama internacional, y recibieron el nombre de "Ubedies", la ciudad que las vio nacer. Vuelve este tipo de alfombra a nacer en 1939 de las manos de Pedro Blanco Vera, conservando las técnicas, motivos, formas y colores de las antiguas "Ubedies" y adaptándolas a los nuevos tiempos en dibujos y colores, pero conservando su elaboración artesanal. El grosor de la alfombra es de 8 mm.
- ^{xlii} Información sobre Antonio Lara. Disponible en: <http://loqueseocultabaioelsol.blogspot.com.es/2013/09/unas-manos-sabias-para-un-artesano.html> Consultado en: 02/07/2017 a 17:12
- ⁱ Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. Disponible en: http://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/patrimonio-cultural/documentos/atlas/atlas_patrimonio_inmaterial_olivicultura.pdf Consultado en: 02/07/2017 a 17:30
- ⁱⁱ Catálogo del Patrimonio Oleícola: <http://www.patrimoniroleicola.com/documentos/publi1.pdf>
Consultado en: 02/07/2017 a 17:41

- ^{lii} Atlas de Patrimonio Inmaterial. Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. Disponible en: http://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/patrimonio-cultural/documentos/atlas/atlas_patrimonio_inmaterial_olivicultura.pdf Consultado en: 02/07/2017 a 17:05
- ^{liii} *Ibíd.* Consultado en: 02/07/2017 a 17:05
- ^{liiv} Fiesta del Aceite. Diputación de Jaén. Disponible en: <https://www.dipujaen.es/microsites/fiesta-primer-aceite/home.html> Consultado en: 02/07/2017 a 17:18
- ^{liv} Atlas de Patrimonio Inmaterial. Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. Disponible en: http://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/patrimonio-cultural/documentos/atlas/atlas_olivicultura.pdf, Consultado en: 02/07/2017 a 18:01
- ^{lv} *Ibíd.* Consultado en: 02/07/2017 a 18:01
- ^{lvii} Destacamos la página web: <http://www.oleotourjaen.es/>, llena de recursos para conocer mejor la tradición y planificar la visita a las almazaras y espacios musealizados. Consultado en: 02/07/2017 a 18:20
- ^{lviii} Museo de la Cultura del Olivo. Disponible en: <http://www.museodelaculturadelolivo.com/> Consultado en: 02/07/2017 a 18:30
- ^{lix} Centro de Olivar y Aceite. Disponible en: <http://centrodeolivaryaceite.com/> Consultado en: 02/07/2017 a 19:01
- ^{lx} Red de Almazaras Sierra Sur. Disponible en: <http://www.redalmazarassierrasurjaen.es/> Consultado en: 02/07/2017 a 19:22
- ^{lxi} Romería de la Virgen de la Cabeza, IAPH. Disponible en: <http://www.iaph.es/patrimonio-inmaterial-andalucia/jaen/andujar/romeria-de-la-virgen-de-la-cabeza/resumen.do?id=216660> Consultado en: 28/06/2017 a 19:37
- ^{lxii} Castillo Armenteros, J.C., (2017): "Aproximación al origen y datación de la ermita de Santa Ana (Torredelcampo, Jaén). Los paneles cerámicos decorativos". En: *Actas del XII Congreso de Cronistas Oficiales de la Provincia de Jaén*. Diputación de Jaén, Jaén. (En prensa) / Romería de Santa Ana. Disponible en: <http://www.jaenparaisointerior.es/tematicas/fiesta-y-eventos/mes-a-mes/eventos/mayo/romeria-de-santa-ana.html> Consultado en: 28/06/2017 a 12:15
- ^{lxiii} Noticia sobre Santa Catalina. Disponible en: <http://www.ideal.es/jaen/20071126/jaen/fieles-santa-catalina-rica-20071126.html> Consultado en: 03/07/2017 a 09:32
- ^{lxiv} Corpus Villardompardo. Disponible en: <https://corpusvillar.wordpress.com/> Consultado en: 02/07/2017 a 13:14
- ^{lxv} Portal Turismo Castillo de Locubín. Disponible en: <http://www.turismocastillodelocubin.com/> Consultado en: 02/07/2017 a 13:22
- ^{lxvi} Lagarto de la Malena en Diario ABC. Disponible en: <http://www.abc.es/cultura/20150602/abci-lagarto-malena-201505291357.html> Consultado en: 03/07/2017 a 14:12
- ^{lxvii} Vocabulario. Disponible en: <http://www.esenciadeolivo.es/cultura-del-olivo/curiosidades/refranero-popular-del-aceite/> / <http://www.patrimoniroleicola.com/documentos/publi1.pdf> Consultado en: 02/07/2017 a 18:21
- Refranes. Disponible en: <http://www.oleohispana.com/refran.htm>, <http://www.sabor-artesano.com/refranes-aceite-oliva.htm>, <http://centrodeolivaryaceite.com/refranes-oleicolas/> Consultado en: 02/07/2017 a 18:50
- ^{lxviii} Fiestas del Lagarto de la Malena por el Diario el Mundo. Disponible en: <http://www.elmundo.es/andalucia/2017/06/23/594cf75646163f940c8b45b4.html> Consultado en: 03/07/2013 a 19:00
- ^{lxix} Así se conoce popularmente a la Virgen de la Cabeza.
- ^{lxx} Forma popular de referirse a Nuestro Padre Jesús Nazareno, que posesiona en la *madrugá* del jueves al viernes santo en la capital.
- ^{lxxi} Melenchones. Disponible en: <http://www.culturandalucia.com/JA%C3%89N/Melenchones.htm> Consultado en: 02/07/2017 a 20:08
- ^{lxxii} Bazar típico de Jaén cuyo escaparate tenía numerosas cosas de todo tipo.
- ^{lxxiii} Tienda que tiene dos cabezas de caballo saliendo de la pared junto al escaparate.
- ^{lxxiv} Receta de la pipirrana. Disponible en: <http://cocinillas.espanol.com/2017/06/pipirrana-de-jaen/> Consultado en: 02/07/2017 a 20:39
- ^{lxxv} Oleotour Jaén. Disponible en: http://www.oleotourjaen.es/index.php?option=com_k2&view=item&id=242:andrajos-de-%C3%BAbeda&Itemid=121 Consultado en: 02/07/2017 a 13:42
- ^{lxxvi} El ochío de Úbeda. Disponible en: <http://artificis.com/el-ochio-una-peculiaridad-gastronomica-de-ubeda/> Consultado en: 02/07/2017 a 12:45
- ^{lxxvii} Viroló. Disponible en: <http://www.degustajaen.com/empresas/pasteleria-viroló/> Consultado en: 02/07/2017 a 12:58
- ^{lxxviii} Federación Andaluza de Bolos Serranos. Disponible en: <https://andaluzadebolos.org/> Consultado en: 28/06/2017 a 18:16

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor
y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

EL URBANISTA COMO AGENTE CONSERVADOR DEL PATRIMONIO URBANO. LA PUESTA EN VALOR DE LA CIUDAD HISTÓRICA

Carmen de Tomás Medina

DOCTORA EN ARQUITECTURA POR LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA.

ctomas@us.es

RESUMEN

La mayor parte del patrimonio inmueble de una ciudad se concentra en su centro histórico, que es en sí mismo la pieza que mas enaltece su valor. Su estructura urbana se levanta sobre la huella de las distintas civilizaciones que habitaron el lugar por eso representa el mejor fondo documental sobre la historia de la ciudad.

A lo largo del siglo veinte se alzaron voces opuestas acerca de la conservación de los tejidos históricos en las intervenciones urbanas. Voces que terminaron aunándose tras la promulgación de la carta de Amsterdam donde se reconoció el valor patrimonial de los centros históricos. En este sentido, en España, y en concreto en Andalucía, existe un marco legal que protege estos recintos urbanos, sin embargo la sociedad, la política y la propia actividad urbana han propiciado que en muchas ocasiones no se cumplan las normativas urbanísticas establecidas, quedando nuestro mayor y mejor patrimonio inmueble completamente desprotegido.

PALABRAS CLAVE

Ciudad histórica, Patrimonio, Urbanismo, Historia urbana.

ABSTRACT

Most of the property of a city is concentrated in its historic center, which is in itself the piece that most enhances its value. Its urban structure stands on the footprint of the different civilizations that inhabited the place, which is why it represents the best documentary fund on the history of the city. Throughout the twentieth century, opposing voices were raised about the conservation of historical fabrics in urban interventions. Voices that ended up joining after the promulgation of the letter of Amsterdam where it was recognized the patrimonial value of the historical centers. In this sense, in Spain, and in particular in Andalusia, there is a legal framework that protects these urban areas, however society, politics and the urban activity itself have meant that in many cases the established urban regulations are not

CARMEN DE TOMÁS MEDINA. DRA ARQUITECTA. PROFESORA DEL DEPARTAMENTO DE URBANÍSTICA Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO. ETSA. UNIVERSIDAD DE SEVILLA

met, leaving Our greatest and best real estate property completely unprotected.

KEYWORDS

Historic city, Patrimony, Urbanism, Urban history.

INTRODUCCIÓN

El centro histórico es en sí mismo uno de los bienes más preciados del patrimonio inmueble de una ciudad. Su estructura es el resultado de la huella urbana dejada por las civilizaciones que la han habitado a lo largo del tiempo, por lo que constituyen una fuente documental inigualable para el entendimiento de la morfogénesis urbana.

No obstante, el conocimiento de la ciudad se adquiere profundizando en aspectos que van más allá de su propia historia. Los aspectos sociológicos, culturales ó territoriales también han sido siempre agentes determinantes en el desarrollo de cualquier tejido urbano. En este sentido cualquier proyecto de intervención en la ciudad se debe basar en el conocimiento de todas las disciplinas sustantivas responsables de su morfología.

En la actualidad disponemos de los mecanismos necesarios para asegurar una actuación urbana de calidad. Este es el objeto del urbanismo, que se define como la disciplina que pretende comprender la ciudad para poder intervenir en ella (Recuenco, 1999). Y en este contexto dentro del territorio español y bajo el amparo de las leyes urbanísticas propias de cada comunidad autónoma, existen una serie de instrumentos de planeamiento que se encargan, mediante su ordenación y gestión, de satisfacer las necesidades de la población y de proyectar el futuro desarrollo urbano.

Sin embargo, no todas las intervenciones urbanas proyectadas llevan a cabo el precepto urbano, y si bien suelen estudiar generalizadamente muchas de las disciplinas que conviven en la ciudad, en la mayoría de los casos olvidan la importancia definitiva del entendimiento de la trama histórica para proyectar intervenciones urbanas de calidad (De Tomás, 2017). Y así surgen multitud de propuestas urbanas que no consiguen solucionar las necesidades de la población porque nacen inconexas y aisladas de la ciudad central.

El estudio de la ciudad histórica saltó como un hecho de total trascendencia en las ciudades italianas devastadas por la segunda guerra mundial. Muchas fueron las voces que se alzaron, ante la inminente necesidad de reconstrucción de las ciudades, en defensa de la conservación del patrimonio, proponiendo que la intervención en la ciudad se basara en el respeto a la historia. En este sentido Giovannoni ó Piccinato hablaron de la necesidad de intervenir en la ciudad a partir de un profundo conocimiento de la misma. Giovannoni publicó en el 1943 *L'Urbanistica dall'antichitta ad oggi*, un estudio en el que se hablaba de la influencia decisiva de las circunstancias sociales de la ciudad en la conformación urbana y se subrayaba el valor documental de las ciudades históricas. (Naval, 2005).

A mediados de los 60 surgieron posturas muy opuestas en cuanto a este tema. Brandi y Cerdona siguieron con la línea antes marcada e insistieron en la necesidad de una

conservación absoluta de la ciudad histórica. Cerdena incluso llamó la atención sobre las destrucciones de la historia contemporánea de Italia como consecuencia de la falta de criterios rectores. Sin embargo surgió una nueva corriente promulgada por Zevi, Rossi, Aymonino y Samoná, entre otros, que preferían una ciudad moderna que se desligase de la ciudad histórica. Corriente que, sin llegar a ser tan extrema como la desarrollada en Francia, en la que se negaba el valor de la ciudad tradicional, no potenció, en ningún caso, el desarrollo de propuestas de intervención urbana gestadas en el respeto a la historia.

Y no fue hasta la realización del Plan de Reforma Interior del Casco Viejo de Bologna en el año 1972 cuando de nuevo se reconoció la importancia del respeto a la ciudad histórica para realizar cualquier actuación urbana. Convirtiéndose dicho documento en la referencia para la intervención en cualquier centro histórico. No obstante, el reconocimiento del valor patrimonial de los centros históricos se fraguó en la carta de Venecia, promulgada por una reunión de la Unesco de 1964, donde se redefinieron las pautas de actuación de los monumentos considerados patrimonio cultural de cada País. Aunque no fue hasta el 1975, en la reunión celebrada en Amsterdam, cuando los conjuntos históricos adquirieron entidad diferenciada de los monumentos arquitectónicos, basándose en los preceptos ya redactados en la carta de Venecia (Naval, 2005). La declaración de Amsterdam situó el foco de atención en la importancia y trascendencia de intervenir en los centros históricos.

ESPAÑA EN GENERAL Y ANDALUCÍA EN PARTICULAR

En España el reconocimiento del valor patrimonial de los centros históricos es relativamente reciente, surgió a partir de su declaración como Bien de Interés Cultural (en adelante BIC). En la actualidad tenemos un marco legal, la ley de patrimonio histórico Español¹ que reconoce el valor patrimonial de los centros históricos, exige su delimitación, a partir de su declaración como BIC y que requiere su protección a través del desarrollo de planes urbanísticos, los planes especiales de protección.

En Andalucía, los planes especiales son de obligada redacción, según establece el artículo 30 de la ley de patrimonio histórico de Andalucía² (en adelante LPHA), para todos los conjuntos históricos inscritos en el Catálogo general del patrimonio histórico Andaluz.

Sin embargo, al analizar la actividad urbanística de muchos de los municipios andaluces vemos que esta obligación, en muchas ocasiones, no se cumple. Que los municipios carecen de planes especiales de protección y que por tanto no existen instrumentos que controlen el modo de intervención en los centros históricos. Es decir, en multitud de ocasiones nos encontramos con municipios en los que el único instrumento de planeamiento que rige el suelo urbano, incluyendo el tejido histórico, son las NNSS³,

¹ ley de Patrimonio Histórico Español de 1985 (LPHE)

² Ley de Patrimonio Histórico de Andalucía 14/2007

³ Instrumento de planeamiento general recogido en el texto refundido del 76. Se redactaban para completar el contenido de los planes generales ó para suplir la ausencia de estos. La ley de ordenación urbanística de Andalucía promulgada en el 2002 contempla la redacción exclusiva de planes generales, en sustitución de las antiguas Normas Subsidiarias. (Fernández, 2004)

documento que no dispone de ninguna consideración para las tramas históricas. Lo que se extiende a las ordenanzas en las que no existe referencia a ningún tipo de normas de protección para el tejido urbano.

Además la propia actividad urbanística de nuestra comunidad autónoma ha exigido a partir del 2002, cuando se promulgó la LOUA⁴, la redacción de un instrumento de planeamiento general, el Plan General de Ordenación Urbanística (en adelante PGOU), que estudie y proponga las nuevas directrices de desarrollo urbano. La redacción de estos documentos implica la consideración de los centros históricos y por consiguiente su estudio y la revisión de su delimitación. Sin embargo, si bien muchos de ellos redelimitan la zona histórica, incorporando o sustrayendo algunos tejidos urbanos, muy pocos, a pesar de que la LPHA así lo contempla en su artículo 31.3 donde dice literalmente: “ Los Planes Generales de Ordenación Urbanística podrán incorporar directamente los requisitos de los apartados 1 y 2, o bien remitir, a través de sus determinaciones, a la elaboración obligatoria de Planes Especiales de Protección...” establecen los parámetros necesarios para la protección del tejido. En la mayoría de los casos remiten a la realización obligatoria de planes especiales de protección, que como decía en líneas anteriores nunca llegan a realizarse.

Es decir la protección de los centros históricos está relegada exclusivamente al desarrollo de un plan especial. Lo cual es del todo incongruente porque el nuevo documento propone el desarrollo de una ciudad sin conocer su pasado histórico. El PGOU tiene la facultad de redefinir el ámbito del centro histórico pero no estudia sus pormenores, no sabe de su conformación histórica. Diseña el futuro sin tomar en consideración el pasado, lo que se traduce en multitud de ocasiones en verdaderas atrocidades urbanas.

En definitiva aunque existe un marco legal que regula la protección de los centros históricos, las circunstancias sociales, políticas y la propia práctica urbanística han permitido un vacío en su protección, poniendo en peligro gran parte del valor patrimonial de la ciudad.

CONCLUSIONES

A la vista del estudio realizado queda constatado que para la protección de cualquier conjunto histórico es fundamental el desarrollo de una normativa donde se recojan las determinaciones básicas en las que se debe basar la protección. La ausencia de parámetros reguladores del tejido urbano en el centro histórico implica, además de una falta de protección de las viejas estructuras urbanas, una falta de entendimiento de sus características singulares, y de los parámetros responsables de su morfología, algo que se traducirá en intervenciones urbanas de baja calidad.

⁴ Ley de Ordenación urbanística de Andalucía 7/2002.

PONENCIA REMITIDA PARA SU PUBLICACIÓN EN EL SIMPOSIUM “VALOR Y SUGESTIÓN DEL PATRIMONIO ARTÍSTICO Y CULTURAL” DEL XI CONGRESO INTERNACIONAL VIRTUAL SOBRE TURISMO Y DESARROLLO

Dado que existe un marco legal perfectamente estructurado serán las administraciones las que deban exigir el cumplimiento de la normativa utilizando los mecanismos necesarios para procurar que la propia actividad urbanística no provoque estas situaciones. Así independientemente de que los planes especiales se redacten íntegramente con el propósito de protección, desde los planes generales se deberán avanzar directrices generales que aborden dicha protección.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

* **CAPEL, H.** (2002): *La morfología de las ciudades. Sociedad, cultura y paisaje urbano*. Ediciones Serbal.

***DE TOMÁS MEDINA, C.** (2017): “El método histórico como método fundamental para el entendimiento de la ciudad” en *I jornadas internacionales sobre los nuevos desarrollos urbanos. Teoría y práctica de la ordenación urbanística en Andalucía*. Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio, Sevilla.

***FERNÁNDEZ, T-R.** (2004): *Manual de derecho urbanístico*. El consultor. Granada.

***NAVAL MAS, A.** (2005): *La ciudad histórica y la conservación de la ciudad antigua*. Edición El Cid. Estados unidos y Argentina.

***RECUENCO AGUADO, L.** (1999): *Consideraciones sobre la nueva ciudad. Sevilla ante la revisión de su planeamiento*. Universidad de Sevilla.

***SOLÁ-MORALES, M** (1969): *Sobre metodología urbanística*. ETS Barcelona.

LEGISLACIÓN URBANÍSTICA

**ley de Patrimonio Histórico Español de 1985.*

**Ley de Patrimonio Histórico de Andalucía 14/2007.*

* *Ley de Ordenación urbanística de Andalucía 7/2002.*

"ABIERTO POR OBRAS"

EL PAPEL DINAMIZADOR DEL CONSERVADOR RESTAURADOR EN EL PATRIMONIO

María Arjonilla Álvarez
 Isabel Guerrero Torreño
 Conservadoras Restauradoras de Bienes
 Culturales Facultad de Bellas Artes - Universidad
 de Sevilla maar@us.es
iguerrerotorreo@gmail.com

Resumen

El patrimonio se ha convertido en las últimas décadas en uno de los principales atractivos del turismo de masas. Un fenómeno que no ha pasado inadvertido en las políticas culturales de los países desarrollados, ni tampoco en la economía. La búsqueda de nuevos formatos para atraer la atención de los espectadores es patente en los principales museos y centros de arte, que rivalizan en número de visitantes. Este es el medidor para marcar el éxito entre la multitud de ofertas distintas que podemos encontrar y que hace que movamos a los mismos destinos un sinfín de visitantes locales o internacionales. La explotación del patrimonio ha entrado en la agenda del ocio y lucha por reinventarse continuamente para hacerse un hueco en la mirada de cualquier tipo de público. La didáctica del patrimonio irrumpe como disciplina de obligada aplicación y necesita la participación de más agentes, miradas especializadas para arrojar nuevas formas de transmitir conocimiento, sin olvidar el entretenimiento. En esta línea realizamos nuestra aportación, definiendo un nuevo papel en el ejercicio profesional de los conservadores restauradores.

Palabras clave

Conservador-Restaurador, dinamización, patrimonio, espectador, didáctica, conocimiento, entretenimiento

1. El conservador restaurador, evolución y adaptación

Desde que comenzara a fraguarse la figura del profesional de la restauración en el siglo XVIII, hasta la configuración del código deontológico de principios del siglo XXI, comprobamos la rápida transformación de artista-restaurador a conservador-restaurador de bienes culturales.

Durante muchos años se ha tenido la visión del restaurador como una figura intermedia entre el patrimonio y la sociedad, un ente perteneciente a un gremio envuelto en una sombra de ocultismo que escondía los ingredientes enigmáticos para devolver a las obras de arte la belleza, bajo un halo de misterio y secretismo del oficio. El espectador esperaba con anhelo el renacimiento de los tesoros, sin cuestionar si los criterios eran los adecuados, sólo el resultado importaba, recuperar una nueva armonía y el placer de su contemplación.

El perfil del conservador-restaurador de bienes culturales sigue en continua evolución, es ley de vida, es necesario integrarse en la sociedad cambiante en la que vivimos actualmente, donde la ciudadanía viaja al pasado como actividad de ocio y el patrimonio adquiere un nuevo sentido social (Guerrero, 2015). Como consecuencia de lo anterior, y en vistas a este intenso trabajo que busca la forma de promocionar y poner en valor el patrimonio utilizando una amplia gama de recursos, en unos casos de carácter pasivo y en otros más activos y dinámicos, habremos de añadir nuevos formatos inducidos desde la explotación de los procesos de la conservación restauración.

Dra. María Arjonilla Álvarez, Profesora de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Sevilla. Miembro del Equipo de Investigación *Patrimonio Cultural: investigación, intervención, innovación*.
 Isabel Guerrero Torreño, Egresada en Conservación Restauración de Bienes Culturales por la Universidad de Sevilla.

2. "Abierto por obras"

Antes de la irrupción de la figura intermedial del gestor del patrimonio, la atracción del campo de la conservación restauración era evidente en la esfera pública. El acceso a las salas de intervención de los grandes museos aún estaba restringido a un tipo de visitantes selecto. Ahora se ha democratizado ante la fuerte demanda de otros curiosos entre los que podemos encontrar sectores más o menos especializados. El potencial de estas actividades ha ido creciendo y de ahí su fuerte repercusión de los medios.

El visitante está cada vez más interesado en conocer qué se esconde detrás de cada obra, de cada intervención, justificación suficiente para divulgar y reivindicar el misterio de la recuperación del patrimonio integrando al público en dichas experiencias. Con estos nuevos retos que se plantean, está en tendencia la dinamización para sensibilizar sobre la importancia y el valor que posee la herencia que conforma nuestro patrimonio.

Los escasos manuales y las recetas secretas de taller que se pasaban de maestro a aprendiz, se han transformado en tutoriales al alcance de todos desde que entró en escena el uso de las nuevas tecnologías; *apps* actualizables donde hacer un seguimiento de las obras restauradas en los museos; en catálogos con papel satinado, fotografías altamente definidas, tapas fuertes con un diseño de portada digno del cartel de una gran exposición artística, donde se recogen las vicisitudes del trabajo del profesional de la salvaguarda de los bienes culturales y que podrías incluir en tu biblioteca personal. En los canales de comunicación pública virtual, también disponemos de ventanas que nos sumergen en el patrimonio cultural, desde donde podemos hacer uso del altavoz para difundir proyectos en marcha y mantener un diálogo con las personas que quieran dejar sus comentarios al respecto.

Los testigos mudos, los que tenían acceso a los talleres, los que podían ver cómo se preparaba en la hornilla el estuco durante una visita al maestro restaurador, han dado paso a una gran red social formada por la sociedad mediática, por ciudadanos que tienen vía abierta a la contemplación del profesional de la restauración sujetando el hisopo que devolverá luz a la policromía que un barniz oxidado ha nublado con el paso del tiempo.

Al modo del viaje de Ulises por las Ítacas, los propios incidentes, la complejidad y el rigor científico han sido transformados en elementos de conocimiento y divulgación bajo el lema "Abierto por obras". Este fenómeno se sustenta sobre la confección de píldoras de difusión llevadas a cabo por equipos multidisciplinares expertos en patrimonio, quienes programan visitas con las que consiguen vincular a la población con el proceso de restauración *in situ*, además de convertirse en un gran atractivo para la ciudad (Ruesga, 2010). Podemos citar una gran variedad de casos donde se han desarrollado estos planes y el éxito estaba asegurado, llamando la atención los diversos recursos y estrategias con las que sorprenden al público, como visitas guiadas a los departamentos de restauración donde profesionales explican a pie de caballete los procedimientos seguidos, las exposiciones temporales de obras recién salidas del taller acompañadas de una correcta y documentada explicación que ayuda a comprender la situación por la que ha pasado la obra antes y durante su intervención o la instalación de la llamada "pecera", desde donde a través de una ventana se puede observar al conservador-restaurador cumpliendo con sus responsabilidades.

Actualmente, son muchas las ciudades donde podemos realizar este tipo de visitas, ya que no sólo los principales enclaves de la intervención como el Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico o el Instituto de Patrimonio Cultural de España, se sumaron desde pronto esta iniciativa de incluir jornadas de puertas abiertas entre sus actividades, los grandes Museos como el del Prado, u otras muchas instituciones de nuestra geografía la han secundado, programando una serie de rutas guiadas cada año a edificios que se encuentran en fase de conservación y mejora, en las que, más allá del interés suscitado por ver al restaurador trabajando, se ofrece al visitante el atractivo de observar las entrañas de nuestro pasado más de cerca, apreciando las intervenciones y los diferentes elementos constitutivos, convirtiéndose en recorridos llenos de anécdotas y curiosidades, que va desempolvando la historia del bien a la misma vez que muestra la meticulosa labor de los profesionales.

Quisiéramos, entre los casos destacados, citar el de la Catedral Santa María de Vitoria-Gasteiz (Álava) donde la Fundación encargada de gestionar todo el proceso de restauración integral

Dra. María Arjonilla Álvarez, Profesora de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Sevilla. Miembro del Equipo de Investigación *Patrimonio Cultural: investigación, intervención, innovación*.

Isabel Guerrero Torreño, Egresada en Conservación Restauración de Bienes Culturales por la Universidad de Sevilla.

incluyen un itinerario de actividades para que los visitantes puedan conocer toda la historia relacionada con el edificio, el proyecto se completa con una intensa actividad cultural a través de visitas guiadas a los andamios instalados, conferencias, conciertos, cursos, talleres, etc., convirtiéndolo en una convocatoria viva que depara sorpresas diarias debido a los diferentes momentos de la evolución de las fases en la que se encuentre. Dentro de la gran variedad de propuestas que ofertan, se encuentra "Didacticatedral", en colaboración con el Departamento Municipal de Educación del Ayuntamiento para organizar visitas didácticas para escolares. Se inicia con una visita temática en función de la franja de edad de los asistentes (pórticos, vidrieras, murallas...) y se finaliza con una serie de talleres acordes con la visita que hayan realizado siempre relacionados con los trabajos de restauración que se están llevando a cabo en ese momento (Fundación Catedral Santa María, 2017).

Una forma también de incentivar la empatía, son los trabajos abiertos en iglesias y conjuntos que no tienen financiación propia. En la Iglesia Colegial de Santa María de las Nieves, de Olivares (Sevilla), como en tantos otros enclaves, los vecinos se sumaron al llamamiento de su párroco para participar de forma activa en la recuperación de sus iglesias, por medio de distintas actividades lúdicas que aportaran fondos con los que financiar la recuperación de su patrimonio. Formas de implicar al público, en este caso usuario, en la protección de unos bienes que sentirán suyos, y a los que se invita a seguir mediante visitas concertadas y charlas explicativas.

Si antes era el oscurantismo y la alquimia los que envolvían la silenciosa labor del profesional de la restauración, ahora estamos ante la luz y el escaparate. Este tipo de práctica se ha descubierto como un gran atractivo para la sociedad, olvidando espacios secretos, se brinda al ojo curioso y analista el seguimiento minucioso y en directo de las labores de intervención. El espacio antes considerado mágico, se ha convertido en el escenario de un nuevo parque temático en el que perderse.

Parafraseando a Gaël de Guichen "quien antes pensaba en *secreto*, hoy tiene que pensar en *difusión*". Una "difusión" a veces perversa, que se ha convertido casi en la esencia de la conservación del patrimonio. La importancia de mostrar lo que se hace, más allá de los espacios académicos o científicos, de hacer partícipe al espectador de los avances, de los descubrimientos velados, para integrarlo en la cadena de conocimiento, para garantizar su "acceso" al objeto intervenido. Detrás de esta práctica se esconden distintos fines, no sólo se busca el entretenimiento, hemos de considerar:

- la búsqueda de una conciencia pública para la valoración y respeto de los bienes, y la consiguiente necesidad de protección
- la reivindicación del bien hacer de los profesionales de la conservación y restauración, únicos cualificados para la aplicación de las intervenciones
- la justificación de grandes inversiones, equipos e infraestructuras, nunca suficientes, para mantener las colecciones y garantizar no sólo la preservación para las generaciones futuras sino también la compatibilidad de esa dualidad tan reiterada en los planes de conservación: disfrute y uso social

3. La dinamización del patrimonio en el espectro de la Conservación Preventiva

La Conservación Preventiva es una disciplina especializada que persigue en su esencia la salvaguardia de los bienes culturales a partir de una metodología de trabajo que se sustenta, ante todo, en la identificación de la singularidad del patrimonio en su más amplio espectro.

Para conseguirlo no se ha dejado de refundir su definición y se han multiplicado los documentos que fomentan la importancia de evaluar, detectar y controlar los riesgos que amenazan las colecciones. Documentos que en muchas ocasiones van destinados a los responsables de su custodia con el ánimo de poner de manifiesto actividades propias del más estricto sentido común, justificando también el mantenimiento de los cuidados tradicionales (airear, proteger de las fuentes directas de la humedad, de la exposición directa del sol, de la acción de las plagas, de la manipulación descuidada, etc.) y persiguiendo ante todo la estabilidad de los conjuntos en su entorno de conservación usual.

El especialista en Conservación Restauración tiene entre sus competencias detectar los riesgos reales o potenciales que ponen en peligro los bienes según su naturaleza y manufactura, y diseñar medidas que detengan el avance de los daños. Pero son los factores antrópicos, ajenos al propio envejecimiento de los materiales constituyentes, los que ponen en mayor peligro su salvaguardia, y entre ellos destacaremos los dos extremos relacionados con la forma de valorarlo: por un lado, el abandono, el descuido o el peligro de pérdida, y por otro, como efecto contrario, la sobreexplotación de sus recursos. Asistimos a un momento en el que se asume el peligro del turismo de masas, que ha sido considerado más nocivo que las guerras (De Las Heras, 2015).

Un método paliativo al alcance de cualquiera sería el registro ordenado de los Bienes Culturales, en los que se documenten e identifiquen, de forma individualizada y en su emplazamiento. Formas de control que harían tomar conciencia de cualquier cambio en su estado, deterioro sobrevenido o desaparición.

Otras actuaciones relacionadas con las medidas de prevención que debería conocer tanto el público, como los responsables de las colecciones, entran de lleno en la gestión del patrimonio. Más allá de los aspectos legislativos, deberemos de citar: la investigación (peritación), la información derivada del reconocimiento, el grado de vulnerabilidad de cada bien, la detección de fuentes de riesgos y evaluación del estado de conservación en el que se encuentre, y si se da el caso, la búsqueda de medios para la financiación de cara a su posible intervención o custodia, y por último la difusión en los canales de información usuales que permiten el acceso del público a los resultados de su conservación y/o restauración.

En este punto habremos de citar una de las premisas fundamentales: la conservación y restauración del patrimonio no son más que el fracaso de la conservación preventiva. Por ello, hay que fomentar cuantas medidas sean posibles para facilitar a la población una educación patrimonial suficiente, haciéndole partícipe de su responsabilidad y no sólo de su disfrute.

Conclusión

Destacamos tres aspectos:

- El patrimonio como recurso económico ha de tomar consideración de su fragilidad, para no caer en la sobreexplotación.
- La dinamización del patrimonio ha de considerarse como el cauce positivo para alcanzar esa sostenibilidad entre la conservación y el uso social.
- El acercamiento del público a los procesos de intervención constituyen una excelente forma de educar y transmitir no solo la fragilidad del patrimonio y de la memoria que nos aportan, sino también el conocimiento de su manufactura, entendiendo siempre cada obra como documento.

En base a lo expuesto, esta aportación quiere hacer eco sobre la necesidad de incentivar el estudio y la práctica razonada de la dinamización patrimonial desde el punto de vista del conservador-restaurador, aportando una participación activa en estos nuevos canales de divulgación, desde donde ver y mirar al patrimonio con otra perspectiva.

Se trata de una nueva línea de trabajo e investigación, en la que es imprescindible sumarnos a la cadena de profesionales implicados, para el diseño de nuevos materiales didácticos que ayuden a la dinamización del patrimonio desde esta parcela específica.

Al mismo tiempo, enfatizamos la necesidad de este personal cualificado para informar a los visitantes sobre los datos involucrados en la conservación de nuestro legado, ya que la dinamización es una forma de orientar y educar, básico para crear conciencia sobre la importancia de la permanencia de la memoria de nuestros antepasados.

Por todo lo comentado, está claro que los conservadores-restauradores tenemos por delante nuevos papeles y retos que incorporar entre las competencias ya definidas. Para conseguirlo, no estaría mal comenzar por redefinir la ruta que estamos siguiendo, no limitarnos a ser la mano que sujeta la “varita mágica” que transforma los bienes culturales y ser capaces de abrir

nuevos horizontes, desde donde podamos mostrar la implicación de la restauración en la dinamización y contar nuestros conocimientos en primera persona.

En definitiva, este artículo es el punto de partida de un largo camino, estamos trabajando en nuevas ideas sobre recursos dinamizadores de patrimonio innovadores con los que despertar el interés por el patrimonio cultural, su respeto y conocimiento, además de mostrar las sensaciones que rodean a la obra y darle voz a sus latidos.

Referencias bibliográficas

Arjonilla Álvarez, M. (2005). "El conocimiento de los materiales y técnicas antiguas a través de la intervención en el patrimonio: Pintura mural de *San Cristóbal* del convento de Santa Paula de Sevilla". Rev. *Cuadernos de Restauración*, N.º 5. Edición del Colegio Oficial de Doctores y Licenciados en Bellas Artes de Andalucía, Sevilla, 2005. Págs. 72- 82.

Arjonilla Álvarez, M. (2000). "La difusión de los conocimientos técnicos y artísticos enfocados a la preservación de la memoria y los bienes culturales". Editorial de la Revista *Cuadernos de Restauración*, N.º 2. Edición del Colegio Oficial de Doctores y Licenciados en Bellas Artes de Andalucía, Sevilla, 2000. Págs. 5-7.

Arjonilla Álvarez, M., Carrasco Murillo, F.J. y Guerrero Torreño, I. (2015). "Puesta en valor de un patrimonio olvidado a partir de la implicación comunitaria: actuación sobre el conjunto textil de la Parroquia de Nuestra Señora de las Nieves (Olivares, Sevilla)", en *Actas del V Congreso Internacional de Educación Artística y Visual*. Ed. Colegio Oficial de Doctores y Licenciados en Bellas Artes de Andalucía, Huelva.

Guerrero Torreño, I. (2015) "La educación patrimonial como herramienta para la conservación. Análisis de caso en entorno con niños en riesgo de exclusión social" en *TFG-TFM 2015*. Sevilla: Facultad de BBAA, Universidad de Sevilla

Moreno Cifuentes, M.A. (2013). "Aspectos sociales de la conservación y restauración del patrimonio", *Ge-conservación*, (nº4). Pág. 11

Vicente Rabanaque, T. (2013), *Del restaurador de obras de arte al conservador-restaurador de bienes culturales. La consolidación disciplinar y profesional de la restauración en España (siglos XX-XXI)*. Valencia: Universitat Politècnica de València.

Documentación electrónica

De Las Heras, Rut. (2015). "El turismo es peor para el patrimonio que las guerras". *El País*. Madrid, 11 octubre. Disponible en http://cultura.elpais.com/cultura/2015/10/10/actualidad/1444492587_837286.html

Fundación Catedral Santa María *Didacticatedral*. Recuperado el 10 de mayo de 2017. http://www.catedralvitoria.eus/visitas_didacticatedral.php

Ruesga, Juan (2010). "Abierto por obras". En *Fundación Patrimonio Industrial de Andalucía*. Recuperado el 9 de mayo <http://www.fupia.es/abierto-por-obras/>

INVESTIGACIÓN Y RESTAURACIÓN: DOS FACTORES ESENCIALES PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA OBRA DEL PINTOR SEBASTIÁN MARTÍNEZ DOMEDEL

Rafael Mantas Fernández
Universidad de Jaén
rmantas@ujaen.es

Resumen:

A excepción de las grandes figuras de la pintura barroca española, -como Velázquez, Murillo o Ribera- las referencias historiográficas que nos han llegado sobre los artistas que trabajaron durante el siglo XVII son discretas. Así, la mayoría de ellos han sido relegados a un segundo plano en la Historia del Arte. Sin embargo, esta situación está cambiando gracias a los recientes trabajos que centran su atención en estos pintores olvidados y en el estudio de sus producciones pictóricas, generalmente descuidadas por el paso del tiempo. Sebastián Martínez Domedel (Jaén, 1615/1620 – Madrid, 1667) ilustra perfectamente esta situación. A pesar de gozar de gran prestigio en vida, su nombre ha pasado desapercibido durante mucho tiempo, aunque las recientes actividades de investigación y restauración están siendo claves para rehabilitar la valoración crítica en torno su figura y su obra.

Palabras clave: Sebastián Martínez Domedel - investigación - restauración - pintura - Barroco

Abstract:

With the exception of the great figures of Spanish Baroque painting, -Such as Velázquez, Murillo or Ribera- the historiographical references that have come to us about the artists who worked during the seventeenth century are discreet. Thus, most of them have been relegated to the background in the History of Art. Nevertheless, this situation is changing thanks to the recent works that focus their attention on these forgotten painters and the study of their productions of painting, generally neglected by the passage of time. Sebastián Martínez Domedel (Jaén, 1615/1620 – Madrid, 1667) perfectly illustrates this situation. Despite enjoying great prestige in life, his name has gone unnoticed for a long time, although the recent investigation and restoration activities are being key to rehabilitate the critical valuation around his figure and his work.

Keyword: Sebastián Martínez Domedel - investigation - restoration - painting - Barroco

1. INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente los trabajos de investigación dedicados al estudio de la pintura barroca andaluza del siglo XVII se han centrado en profundizar en el conocimiento sobre los pintores de las escuelas sevillana y granadina. No obstante, la realidad artística fue mucho más amplia y compleja, pues no se limita exclusivamente a esos dos grandes focos productivos, puesto que existieron otros a los que se adscriben una serie de artistas de gran calidad que por diversas circunstancias han sido poco estimados y valorados.

Por esta razón, las investigaciones modernas se han esforzado en redefinir un panorama artístico bastante más complejo y variado. Así, gracias a estos estudios se están revalorizando otros centros productivos. Estos focos, que tradicionalmente han sido marginados permanecen endeudados con los grandes centros y con sus maestros más destacados. Sin embargo, estos artistas revelan compromisos y soluciones propias que enriquecen el panorama en torno a la pintura barroca andaluza, aportando una mejor y mayor aproximación a la realidad.

Uno de los ámbitos excluidos por la historiografía ha sido el de la pintura barroca en Jaén. La ausencia de estudios monográficos y sistemáticos se puede interpretar como el principal condicionante para relegar a sus artistas a un segundo plano en la Historia del Arte. Otro hándicap es el lamentable estado de conservación en el que se encuentra la mayor parte de la obra pictórica jiennense del Seiscientos, fruto del desconocimiento en torno a ella y de su escasa puesta en valor.

Sin duda alguna, el exponente más destacado del foco jiennense es Sebastián Martínez Domedel (Jaén, 1615/1620–Madrid, 1667), una figura interesante, pero todavía enigmática, cuya obra ha sido poco estudiada dentro de la pintura barroca andaluza del siglo XVII, a pesar de ser un gran artista del Siglo de Oro.

A grandes rasgos podemos exponer que Sebastián Martínez Domedel es un pintor que posee una compleja personalidad artística, configurada en un constante y continuo proceso formativo que comprendió toda su vida. Su estilo es ecléctico y está marcado por una fuerte influencia de la pintura naturalista y por las concomitancias de otros artistas contemporáneos como Antonio del Castillo, Alonso Cano o José de Ribera. Se trata de un pintor que sabe recrear con todo lujo de detalles las calidades táctiles de sus bodegones, en los que abundan libros, folios, flores y frutas. Su paleta maneja un reducido registro cromático de tonalidades terrosas, cuya destreza técnica a partir de una pincelada empastada no se limita exclusivamente a las naturalezas muertas, sino que también derrocha grandes cualidades pictóricas en la definición de las anatomías de sus imágenes sagradas, las cuales encarnan a personajes reales tomados de la calle que miran fijamente al espectador, en actitud desafiante y con una tensión psicológica, que incitaba a la oración al fiel del siglo XVII, cumpliendo a la perfección los postulados tridentinos de la época como demuestran el *San Judas Tadeo* y el *Santo Tomás* de la Colección Granados.



Ilustración 1. Sebastián Martínez Domedel: *San Judas Tadeo*, óleo sobre lienzo, 60 x 45 cm. Colección Granados. (Fuente: Colección Granados). **Ilustración 2.** Sebastián Martínez Domedel: *Santo Tomás*, óleo sobre lienzo, 108 x 85 cm. Colección Granados. (Fuente: Colección Granados).

Por todo ello, vamos a centrar el contenido del presente estudio en analizar el papel que han desempeñado por un lado la investigación y por otro la restauración para contribuir en la rehabilitación historiográfica del pintor jiennense Sebastián Martínez Domedel, así como en la mejora del estado de conservación de su obra y de su puesta en valor.

2. INVESTIGACIÓN: REHABILITACIÓN HISTORIOGRÁFICA DE SEBASTIÁN MARTÍNEZ DOMEDEL

Hasta hace pocos años, el conocimiento sobre Sebastián Martínez Domechel era escaso debido a la discreta presencia que tradicionalmente ha tenido en las fuentes y la historiografía. Además, en torno a su figura se habían creado unos tópicos que –siguiendo a Palomino– lo calificaban como un pintor que lo hacía todo de forma «anieblada» y con un «capricho peregrino». Las principales referencias se encuentran dispersas en los tratados y en los diccionarios que contienen información sobre los pintores españoles del siglo XVII, aunque también son de nuestro interés los libros de viajes, un género literario que gozó de gran popularidad durante los siglos XVIII y XIX. Generalmente, la información extraída de ambas fuentes hace referencia a diversos aspectos de su vida, junto a la localización y a la descripción de algunas de sus obras más conocidas.

Paulatinamente con el paso de los años su estela se fue diluyendo, en parte por la poca información ofrecida por las fuentes que se limitaron, sistemáticamente, a repetir los mismos datos, incrementando su desconocimiento. Otro aspecto a tener en cuenta a la hora de valorar su obra es el cambio artístico que se produce en el siglo XIX con la introducción del Neoclasicismo y la posterior crítica por parte de la Academia hacia el arte barroco.

Dejando atrás todas estas vicisitudes, en los últimos años se está redescubriendo la calidad y el perfil artístico de este pintor que cada vez despierta más interés entre los historiadores del arte, gracias a la publicación de recientes trabajos de investigación y, sobre todo, a la restauración y puesta en valor de su obra.

Cronológicamente, la primera referencia data de 1661 y se encuentra dentro de la breve reseña que Núñez de Sotomayor realiza sobre la Catedral de Jaén en su *Descripción panegyrica*. A la hora de referirse al retablo mayor, se detuvo sobre la *Efigie de la Santa Verónica* y señaló que era una «obra de Sebastián Martínez que justamente merece las aclamaciones de este siglo»¹. A pesar de su brevedad, esta estimación posee gran valor por el hecho de ser realizada estando en vida el pintor y por confirmar la buena estimación que tuvo que tener su obra entre sus contemporáneos.

En los años posteriores a su muerte fueron varios los tratadistas que destacaron las buenas dotes pictóricas del giennense. La mayor parte de los datos que conocemos fueron proporcionados por Antonio Palomino, cuando en 1724 incorporó su biografía dentro del *Parnaso español pintoresco laureados* de su *Museo pictórico y escala óptica*. Según el de Bujalance, Martínez era natural de la ciudad de Jaén y fue un «pintor insigne, y por una manera muy caprichosa, extravagante y rara; pero con buen gusto, y corrección, y con gran templanza, y vagueza de términos como lo acreditan repetidas obras»².

Sobre su producción señaló que sus cuadros se encontraban dispersos entre colecciones públicas y privadas. En la ciudad de Jaén dijo que se hallaban unos lienzos en el patio de la Compañía de Jesús, pero sobre todo destacó el *Martirio de San Sebastián* de la Catedral, del que dijo ser «cosa admirable, en lo historiado, caprichoso, y bien observado de luz»³. De Córdoba indicó su autoría sobre la serie que pintó para el Convento del Corpus Christi, indicando que sus cuadros «muestran bastantemente la eminencia, y capricho de su autor» y apuntó la existencia de algunas obras en la localidad cordobesa de Lucena, expresando que contaban «con gran aprobación de los del arte»⁴, no obstante y a pesar de este testimonio, hasta el momento no se ha podido identificar ninguna relacionada con el giennense⁵.

¹ NÚÑEZ DE SOTOMAYOR, J. (1661, p. 28).

² PALOMINO DE CASTRO Y VELASCO, A. (ed. 1947, p. 948).

³ *Ibidem*, p. 948.

⁴ *Ibid.*, p. 948.

⁵ En la parroquia del Carmen de Lucena (Córdoba) se encuentra una *Magdalena penitente* ubicada en la Sacristía que durante un tiempo fue relacionada con Martínez (PALENCIA CEREZO, J.M., 1993, t. III, p. 880). En la actualidad la crítica ha rechazado esta atribución, siendo considerada como una obra de autor anónimo del siglo XVIII (VILLAR MOVELLÁN, A.; DABRIO GONZÁLEZ, M.T.; RAYA RAYA, M.Á., 2006, p. 488).



Ilustración 3. Sebastián Martínez Domedel: *Martirio de San Sebastián*, óleo sobre lienzo, 496 x 319 cm. S.I. Catedral de Jaén (Fuente: propia)

Antonio Palomino también informó que en 1660, tras la muerte de Velázquez, Sebastián Martínez ostentó el cargo de pintor de Felipe IV e incorporaba un testimonio del propio monarca, que calificaba su pintura «de poca fuerza, y que era menester mirarla junto a los ojos, porque hacía todo muy anieblado; pero con un capricho peregrino»⁶. Esta declaración define claramente el estilo de Martínez a favor de la fuerza expresiva del color, a través una pincelada abierta, en detrimento del dibujo. Este aspecto también fue recogido en 1753 por Pellegrino Antonio Orlandi y Pietro Guarienti en su *Abecedario pittorico*, cuando apuntaron que fue «declarado pintor de su majestad Felipe IV, rey de las Españas, por orden del cual pintó muchas obras con un modo extravagante y su propia manera hizo que demostrase un extraño y caprichoso genio»⁷. Del mismo modo, en 1774, Gregorio Mayans y Siscar se refirió a la maestría del giennense en su *Arte de pintar*, al decir que «pintaba tan aniebladamente, que a

⁶ PALOMINO DE CASTRO Y VELASCO, A. (ed. 1947, p. 948). El calificativo «capricho peregrino» que recoge Antonio Palomino en el supuesto testimonio de Felipe IV pretende destacar de forma positiva la personalidad artística de Sebastián Martínez, atendiendo a la singularidad de la capacidad inventiva y del talento de su estilo. El profesor Pedro Galera Andreu defendió esta cuestión en la conferencia *Sebastián Martínez, el pintor de "capricho peregrino"* (Jaén, 13/03/2013). Para justificar esta hipótesis el tratadista de Bujalance incorpora un diccionario de términos en el *Museo pictórico y escala óptica* en donde su significado se equipara con el de «concepto», diciendo que se trata de «la idea, o dibujo intencional, que forma el pintor, que inventa, antes de llegarlo a delinear. Y así, llámese bueno, o mal concepto, según es el capricho de lo inventado» (PALOMINO DE CASTRO Y VELASCO, A., ed. 1947, p. 1149). Igualmente, María Moliner define el término «capricho» como algo «sin sujeción a normas, o sin orden, al menos aparentemente» (MOLINER, M., ed. 2016, p. 464). Por su parte, Sebastián Covarrubias Horozco se refiere a «peregrino» como una «cosa peregrina, cosa rara» (COVARRUBIAS HOROZCO, S., ed. 1984, p. 863).

⁷ «dichiarato Pittore di Sua Maestà Filippo IV, Re delle Spagne, per ordine di cui molte opere dipinse con tal stravagante modo sua propia maniera condotte, che per un bizzarro e capriccioso genio il dimostrano» (ORLANDI, P.A.; GUARIENTI, P., 1753, parte I, vol. XXIII, p. 456).

veces era menester aplicar sus pinturas a la vista para reconocerlas bien, y hacerle la justicia de que era pintor de mucho mérito»⁸.

Sin embargo, la relación entre Martínez y Felipe IV fue puesta en duda por el propio tratadista cordobés ya que, tras citarla en su biografía, dijo estar extrañado de no haber encontrado algún cuadro suyo en las colecciones reales, aunque aseguró ver obras en colecciones privadas madrileñas, puntualizando que eran pocas, como consecuencia de su corta estancia en la Corte, dado que murió en la villa de Madrid en 1667⁹. A propósito de ello, Agulló Cobo informó sobre la existencia de cinco lienzos que estuvieron en posesión de Diego Gómez de Sandoval, V Duque de Lerma¹⁰.

La obra de Sebastián Martínez tampoco pasó desapercibida a la atención de Antonio Ponz a su paso por las ciudades de Jaén y de Córdoba. En su *Viage a España* (1772-1794), define al giennense como un artista «caprichoso en sus invenciones, de vago colorido, y buen dibuxante»¹¹.

Además de los lienzos citados por Antonio Palomino, para la capital del Santo Reino el ilustrado viajero español incorporó al catálogo del giennense la *Inmaculada Concepción* de la Parroquia de Santa Cruz, diciendo que era una obra «muy bien pintada»¹². Además, lamentó la pérdida de los cuadros que ornamentaban el claustro de la Casa de los Jesuitas de la misma ciudad¹³, que fueron identificados por Lázaro Damas con el *Apostolado* y las efigies de *Cristo* y la *Virgen* que pertenecieron a Diego Fernández de Moya Cachiprieto, caballero de la orden calatrava y veinticuatro de la ciudad de Jaén, según consta en su testamento redactado en 1688¹⁴.

En la vecina localidad de Córdoba, Ponz informó que algunas de sus obras formaban parte de colecciones privadas de ilustres religiosos cordobeses del siglo XVIII. En concreto, cita la del tesorero D. Cayetano Carrascal, aunque no especificó cuáles eran sus títulos¹⁵. Igualmente nombraba la existencia de un *Apostolado* en posesión del canónigo D. Francisco José Villodres¹⁶, que posiblemente se corresponda con el que se encuentra en el Palacio Episcopal cordobés¹⁷.

Por otro lado, Antonio Ponz aseguró localizar algunos lienzos del pintor giennense en Cádiz, formando parte de la colección privada de D. Pedro Alonso O'Cruley¹⁸, aunque no indicó cuáles eran sus títulos. Del mismo modo propuso su autoría sobre los lienzos *San Pablo* y el *San Jerónimo* que coronan el retablo del convento de las Carmelitas Descalzas de Jaén, diciendo que «mas parecen de Sebastián Martínez»¹⁹; no obstante, el dibujo y el colorido posee un tratamiento similar al expuesto en el resto de los cuadros, que fueron pintados por Ambrosio de Valois.

En 1782, Carlo Carasi informó que entre las pinturas de la localidad italiana de Piacenza se encontraba «un S. Francisco de Asís tiene escrito abajo: Sebastián Martinez, del que no he encontrado información»²⁰. A pesar de ser expuesta en la *Mostra d'Arte Sacra a Palazzo Gótico* de dicha ciudad y de ser exhibida en la actualidad en la web del *Collegio Alberoni*, durante mucho tiempo esta obra ha pasado desapercibida para los investigadores españoles²¹.

⁸ MAYANS y SÍSCAR, G. (ed. 1854, t. XV, p. 93).

⁹ PALOMINO DE CASTRO Y VELASCO, A. (ed. 1947, p. 948).

¹⁰ AGULLÓ Y COBO, M. (1978, p. 94).

¹¹ PONZ, A. (1772-1794, t. XVI, p. 196).

¹² *Ibidem*, t. XVI, p. 196.

¹³ *Ibid.*, t. XVI, p. 245.

¹⁴ Archivo Histórico Provincial de Jaén (AHPJ): Protocolos Notariales, leg. 1689, ff. 698r-713v. Escribano Jerónimo Moreno Utrera. Jaén, 25 de abril de 1688 (LÁZARO DAMAS, M.S. (1994, p. 312).

¹⁵ PONZ, (1772-1794, t. XVII, p. 149).

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ PALENCIA CEREZO, J.M. (1989); RAYA RAYA, M.Á. (1986, pp. 50-51); PALENCIA CEREZO, J.M. (2009a).

¹⁸ PONZ, A. (1772-1794, t. XVIII, p. 26).

¹⁹ PONZ, A. (1772-1794, t. XVI, pp. 196-197).

²⁰ «un S. Francesco d'Assisi ha scritto sotto: Sebastiano Martinez, del quale non ho trovata contezza» (CARASI, C., 1782, p. 132).

²¹ PALENCIA CEREZO, J.M. (2011, p. 107).

Otra de las fuentes esenciales para el estudio de Sebastián Martínez es el *Diccionario histórico de los más ilustres profesores de las Bellas Artes en España* publicado en 1800 por Juan Agustín Ceán Bermúdez. Este ilustre pintor, historiador y crítico del arte, destacó al giennense como «un profesor correcto en el dibuxo, gracioso en el colorido, con buenas tintas y gusto en los países»²², aunque la biografía que le dedica se limita a repetir la información que aportaron anteriormente Palomino y Ponz.

Entre las novedades que ofrece, cabría citar la existencia de lienzos del giennense «entre los aficionados de Jaén, Córdoba, Sevilla, Cádiz y Madrid»²³, diciendo que se conservaban «con estimación»²⁴, pero sin precisar más datos. Igualmente informó del traslado a la Catedral del lienzo de la *Inmaculada Concepción*, que anteriormente se encontraba en la parroquia de la Santa Cruz²⁵. Precisamente este cuadro fue una de las obras que el político y arqueólogo francés Alexandre Laborde destacó en 1809 durante su visita a la Catedral de Jaén²⁶.

Durante el siglo XIX, el nombre de Sebastián Martínez también aparece recogido por las fuentes italianas y francesas, siendo valorado en todas ellas como una de las figuras destacadas de la pintura barroca española del siglo XVII. En 1816, Frédéric Quilliet dijo del pintor giennense en su *Dictionnaire de Peintres Espagnols* que era «gran pintor de historia de género» y destacó «el estudio, la aplicación y los medios naturales, le condujeron a ser en su patria un buen dibujante, un colorista gracioso y de un genio alegre para componer paisajes»²⁷.

Tan solo unos pocos años después, en 1818, Stefano Ticozzi incluyó su biografía en su *Dizionario dei pittori dal rinnovamento delle belle arti* y posteriormente en 1830 en el *Dizionario degli architetti, scultori, pittori*. En ambos casos mostró la importancia de su figura dentro de la pintura barroca española, al decir que «a pesar de haberse convertido en uno de los mejores dibujantes de su patria, y de saber colorear graciosamente, hizo pocos cuadros de historia»²⁸.

En 1820, Joseph François Michaud y Louis Gabriel Michaud indicaron en su *Biographie universelle, ancienne et moderne* que Sebastián Martínez era «buen dibujante, colorista lleno de gracia y de armonía, se distinguió igualmente en la historia y los paisajes»²⁹.

Otras referencias a las obras de Sebastián Martínez son las realizadas por Pascual Madoz en su *Diccionario* a su paso por las ciudades de España entre 1845-1850. Sobre el *Martirio de San Sebastián* de la Catedral de Jaén dijo que era una «obra bien ejecutada»³⁰. Del mismo modo, durante su visita a Córdoba señaló los lienzos conservados en el convento del Corpus Christi³¹ y relacionó por primera vez con el pintor giennense unas «pinturas de mérito»³² que se encontraban en el retablo de San Bartolomé de la Iglesia de San Nicolás de la Villa, representando los temas de *San José*, *San Martín*, *San Bartolomé* y un *Calvario*, que bajo su juicio eran «cuadros todos muy bellos de Sebastián Martínez»³³. Con el paso del tiempo, José Valverde Madrid y Manuel Capel Margarito ratificaron la autoría de estas obras, planteando además la de un *Calvario* de la iglesia de San Hipólito y la de otro cuadro homónimo de la iglesia de Fuensanta³⁴.

En 1911, Hippolyte Mireur informó en su *Dictionnaire des Ventes D'arts* sobre la venta de obras de Sebastián Martínez en el mercado de arte francés. En concreto indicó que en 1843 Aguado había adquirido los cuadros *Le marchand de fruits* por 600 francos, *Saint Joseph et l'enfant*

²² CEÁN BERMÚDEZ, J. A. (ed. 2001, t. III, p. 80).

²³ *Ibidem*.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*, t. III, p. 81.

²⁶ LABORDE, A. (ed. 1816, p. 492).

²⁷ «grand peintre d'histoire de genre» y destacó «l'étude, l'application, et des moyens naturels, le conduisirent à être dans su patrie un bon dessinateur, un coloriste gracieux, et d'un génie heureux pour composer des paysages» (QUILLIET, F., 1816, p. 197).

²⁸ «sebbene si fosse reso uno de migliori disegnatori della sua patria, e sapesse graciosamente coloriré, non fece che pochi quadri di storia» (TICOZZI, S., 1818, vol. II, pp. 24-25; TICOZZI, S., 1830, t. I, p. 405).

²⁹ «bon dessinateur, coloriste plein de grâce et d'harmonie, il se distingue également dans l'histoire et le paysage» (MICHAUD, J.F.; MICHAUD, L.G., 1820, t. XXVII, p. 318).

³⁰ MADOZ P. (ed. 1990, t. IX, p. 547).

³¹ *Ibidem*, t. VI, p. 636.

³² *Ibid.*, t. VI, p. 634.

³³ *Ibid.*, t. VI, p. 634.

³⁴ VALVERDE MADRID, J. (1962, p. 17); CAPEL MARGARITO, M. (1973, p. 21); CAPEL MARGARITO, M. (1999, pp. 36-37).

Jésus por 40 francos y *Deux philosophes en méditation*, y que en 1868 López Cepero había comprado otro titulado *Cour intérieure d'une citadelle* por 520 francos³⁵. Mireur recoge información sobre la relación de obras de otros artistas españoles contemporáneos al giennense, que en la mayoría de los casos suelen ser mucho más valoradas, como sucede con *L'Assomption de la Vierge* y *Madone et enfant* de Murillo, que fueron vendidos en 1810 por 3.675 y 17.070 francos³⁶. Otro caso sería el de Antonio Palomino cuyas obras *L'enfant Jésus apparaissant a Saint Antoine de Padoue* y un retrato *Isabelle de Valois*, fueron adquiridas por 100 y 2.890 francos³⁷; en el caso de Francisco Pacheco, sus cuadros tuvieron una estimación desigual al señalar la venta de *Le Christ allant au Calvaire* por 830 francos y un conjunto compuesto por un *Saint Jean et Saint Mathieu, evangelistes*, *Une croix entourée d'une gloire d'anges*. *Trois dessins à la plume et laves de bistre* por tan solo 10 francos³⁸.

Durante las primeras décadas del siglo XX se suceden nuevas publicaciones. Concretamente, en 1913 Enrique Romero de Torres tiene presentes las obras de Sebastián Martínez que se encuentran en la Catedral en la elaboración de su inédito *Catálogo de los monumentos históricos y artísticos de la provincia de Jaén*³⁹. Entre todas ellas destaca el *Martirio de San Sebastián*, calificándolo como un «cuadro colosal» y «una de sus mejores obras»⁴⁰ y se detiene en la obra de «La Purísima» —que en esa fecha de ubicaba en la Capilla de San Eufasio— diciendo que «es un lienzo simbólico muy interesante»⁴¹.

La revista *Don Lope de Sosa* ofrecería nueva información. Así, en la publicación de noviembre de 1914, el artículo titulado «Series Análogas (de la escuela de Sebastián Martínez)» ensalza a Martínez como la figura principal de la pintura barroca en el ámbito giennense⁴². Poco tiempo después, en junio de 1918 dio a conocer la partida de defunción del pintor, la cual indicaba que residía en el Mesón Nuevo de Francisco Delgado, en la Puerta de Segovia, y que murió el 30 de octubre de 1667 sin dejar testamento⁴³.

A partir de la segunda mitad del siglo XX se suceden nuevos datos para el conocimiento del pintor a través de varios artículos del *Boletín del Instituto de Estudios Giennenses*. El primero de ellos fue publicado en 1962 por José Valverde Madrid, bajo el título de «Artistas giennenses en el barroco cordobés», en el cual se enumeraban los distintos trabajos que Martínez había realizado en las ciudades de Jaén y Córdoba⁴⁴.

Las siguientes aportaciones fueron firmadas por Capel Margarito⁴⁵. A pesar de reunir bastante información novedosa —como el hallazgo del documento del desposorio de Sebastián Martínez con su segunda esposa— sus trabajos incorporan varias atribuciones que consideramos erróneas⁴⁶ y algunas noticias desafortunadas que carecían de una verificación documental, como la supuesta formación de Sebastián Martínez con Velázquez.

En noviembre de 1967, y con motivo del 300 aniversario del fallecimiento del pintor, Manuel López Pérez publicó una serie de artículos conmemorativos en el *Diario Jaén*. En cada uno de

³⁵ MIREUR, H. (1911, t. V (M-P), p. 102).

³⁶ *Ibidem*, t. V (M-P), p. 318.

³⁷ *Ibid.*, p. 488.

³⁸ *Ibid.*, p. 481.

³⁹ ROMERO DE TORRES, E. (1913, pp. 181; 184; 207-208; 213-214).

⁴⁰ *Ibidem*, p. 208.

⁴¹ *Ibid.*, p. 214.

⁴² CAZABÁN LAGUNA, A. (ed. 1982, pp. 330-331).

⁴³ IBÁÑEZ, V. (ed. 1982, p. 169).

⁴⁴ VALVERDE MADRID, J. (1962, pp. 9-96).

⁴⁵ CAPEL MARGARITO, M. (1971); CAPEL MARGARITO, M. (1973); CAPEL MARGARITO, M. (1999).

⁴⁶ Rechazamos su atribución del *San Juan de la Cruz* y *Santa Teresa de Jesús* del Museo Provincial de Jaén, a pesar de ser relacionados en el Inventario de 1845 de la Academia de San Fernando, y sobre la *Visión de Santa Teresa* y *La Coronación de Santa Teresa entre la Virgen y San José* de la Institución Teresiana de Jaén. Todos estos cuadros muestran un férreo dibujo que fue justificado al considerar que se trataba de unas obras primerizas datadas entre 1623-1625. También creyó encontrar las «cinco hermosas figuras de Cristo y apóstoles atribuidas a Sebastián Martínez» que consignó Manuel Gómez Moreno en el Museo de Bellas Artes de Granada (GÓMEZ-MORENO GONZÁLEZ, M., ed. 1998, vol. I, p. 187). Según Capel Margarito estos lienzos eran los de *Santo Tomás* (inv. n.º CE/0342), *Santiago el Mayor* (inv. n.º CE/0637), *San Simón* (inv. n.º CE/0638), *San Matías* (inv. n.º CE/0639), *San Felipe* (inv. n.º CE/0640), *San Juan Evangelista* (inv. n.º CE/0600) y un *Crucificado* (inv. n.º CE/0192). Las cinco primeras obras del Apostolado en realidad pertenecen a Marten Pepyn según consta en la firma del *San Matías*, descubierta en la restauración del 6 de abril de 2006 (TENORIO VERA, R. (coord.), 2007, p. 46).

ellos profundizó sobre diferentes aspectos relativos de la biografía del artista, de su estilo y de la posterior escuela de artistas que se le adscribían⁴⁷.

En la década de los noventa se realizaron nuevas e importantes aportaciones, entre las que se encuentra el artículo publicado en 1991 por Rafael Cañada Quesada⁴⁸, debido a la gran cantidad de información documental que sacó a la luz. Dicho trabajo fue clave para perfilar algunos episodios de la vida del pintor que hasta el momento eran desconocidos. Entre los documentos inéditos se encontraban las partidas de nacimiento de sus hermanos, los testamentos de su padre Bartolomé Martínez y de su primera mujer María de Orozco, ambos fechados en 1655 o el expediente matrimonial de sus segundas nupcias con Juana de la Peña, datado en 1667, pocos días antes de que se produjera la muerte del pintor.

Posteriormente en 1994, el artículo de Lázaro Damas⁴⁹, incorporó al corpus documental la documentación relativa al contrato de aprendizaje de un joven y desconocido Francisco Santo, quien pide ingresar en el obrador de Sebastián Martínez en 1640. Igualmente podemos señalar como significativa la atención que mostró Manuel Pérez Lozano a la hora de describir los óleos del pintor giennense conservados en el convento del Corpus Christi de Córdoba comentando que, entre todo el patrimonio pictórico artístico, cuando se contemplaban los lienzos de Sebastián Martínez «la calidad sube muchos enteros»⁵⁰.

La biografía del pintor giennense también ha sido incluida en los últimos estudios sobre pintura barroca española del siglo XVII. De todos ellos, el de Diego Angulo Íñiguez advirtió sobre la existencia de una obra del pintor en los inventarios las colecciones reales⁵¹. Por su parte, Alfonso E. Pérez Sánchez en su *Pintura Barroca en España (1600-1750)*, publicó por primera vez el boceto preparatorio del *Martirio de San Sebastián* que se conserva en la Catedral de Jaén⁵². Asimismo, Benito Navarrete Prieto detectó que dicho cuadro tomó como fuente de inspiración el grabado de *La flagelación de Cristo* de Hendrick Goltzius⁵³. Del mismo modo debemos señalar su inclusión en la publicación de la muestra italiana *Da Velázquez a Murillo*, como una de las figuras interesantes y destacadas del ámbito giennense⁵⁴.

Asimismo, sus obras han sido citadas en varias guías y catálogos, como en la *Iglesia Catedral de Jaén. Historia e imagen*⁵⁵, *Guía artística y monumental de la ciudad de Jaén*⁵⁶, el *Catálogo Monumental de la ciudad de Jaén y su término*⁵⁷, *Guía artística de Jaén*⁵⁸ y su provincia y en la *Guía artística de Córdoba y su provincia*⁵⁹. No obstante, en todas ellas los cuadros de Martínez han poseído una discreta atención y un escaso protagonismo.

En los últimos años destacan los trabajos de Palencia Cerezo, que han dado a conocer las obras de la Colección Granados (Madrid)⁶⁰ con motivo de su participaron en las exposiciones *El esplendor del Barroco Andaluz* (Córdoba-Sevilla, 2007-2008)⁶¹ y *Espíritu Barroco* (Burgos, 2008)⁶². Para la exposición *Sacred Spain. Art and Belief in the Spanish World*, también colabora en la redacción del catálogo con la ficha del *San José con el Niño*⁶³, cuadro que posteriormente fue adquirido por el Museo Nacional del Prado (2009). En la misma línea se encuentra la comunicación presentada por el mismo autor en el Congreso Internacional

⁴⁷ LÓPEZ PÉREZ, M. (1967a); LÓPEZ PÉREZ, M. (1967b); LÓPEZ PÉREZ, M. (1967c).

⁴⁸ CAÑADA QUESADA, R. (1991).

⁴⁹ LÁZARO DAMAS, M.S. (1994).

⁵⁰ PÉREZ LOZANO, M. (1997, p. 251).

⁵¹ ANGULO ÍÑIGUEZ, D. (1971, vol. XV, Madrid, p. 266).

⁵² PÉREZ SÁNCHEZ, A.E. (ed. 2010, p. 275).

⁵³ NAVARRETE PRIETO, B. (1998, pp. 151-152).

⁵⁴ MORENO MENDOZA, A. (ed.) (1993, p. 60).

⁵⁵ ÁLAMO BERZOSA, G. (ed. 1975).

⁵⁶ CHAMORRO LOZANO, J. (ed. 1971).

⁵⁷ VV. AA. (1985).

⁵⁸ MORENO MENDOZA, A. (coord.) (2005).

⁵⁹ VILLAR MOVELLÁN, A.; DABRIO GONZÁLEZ, M. T.; RAYA RAYA, M. Á. (2006).

⁶⁰ La Colección Granados reúne obras pictóricas y escultóricas de la etapa más brillante del arte moderno español, prestando especial atención al Siglo de Oro, en donde Sebastián Martínez está representado por los lienzos *San Judas Tadeo*, *Santo Tomás*, *Santa Águeda*, *San Antonio Abad* y *San Pablo ermitaño*, *Las Lágrimas de San Pedro*, además de un *San Jerónimo* y un *San Pablo* de reciente atribución.

⁶¹ PALENCIA CEREZO, J.M.; CAMPO DEL, J. (2007, pp. 150-157).

⁶² PALENCIA CEREZO, J. M.; CAMPO DEL, J. (2008, pp. 94-99; 164-165).

⁶³ PALENCIA CEREZO, J.M. (2009b).

“Andalucía Barroca” (2007), sobre el *Apostolado* del Palacio Episcopal de Córdoba⁶⁴, ya que amplió notablemente el conocimiento de estos lienzos que fueron relacionados con Martínez unos años antes por el mismo autor⁶⁵ y posteriormente estudiados por María Ángeles Raya al escribir sobre *Córdoba y su pintura religiosa*⁶⁶.

Igualmente, es relevante la referencia que Benito Navarrete Prieto y Mindy Nancarrow le dedicaron en la monografía de Antonio del Castillo, al remarcar las características propias del estilo del pintor giennense⁶⁷. En varias ocasiones, Sebastián Martínez también ha centrado la atención de Pedro Galera Andreu, destacando en todos sus estudios el valor y la calidad artística de sus obras⁶⁸. No menos interesante es el análisis de Miguel Viribay Abad sobre la enorme personalidad técnica de su estilo⁶⁹.

Las obras de Martínez que conserva la S. I. Catedral de Jaén han ocupado un papel importante en recientes publicaciones a propósito de la promoción artística de los cabildos catedralicios⁷⁰. Serrano Estrella cita las distintas vías de acceso de los cuadros para formar parte del patrimonio del templo mayor de Jaén. Los casos de los lienzos del retablo de la Capilla Mayor o el *Martirio de San Sebastián*, fueron encargos expresos por parte del cabildo; mientras que el *San Jerónimo Penitente* y los cuadros de los *Evangelistas* de la Capilla de la Virgen de los Dolores fueron reaprovechados durante el siglo XVIII para el ornato de las nuevas Capillas que se estaban construyendo⁷¹. Del mismo modo, los lienzos de Martínez ocupan un lugar destacado en *Cien obras maestras de la Catedral de Jaén*, cuyas principales aportaciones son las atribuciones de los *Evangelistas* de la Capilla de la Virgen de los Dolores⁷² y la correcta y argumentada catalogación del profesor León Coloma sobre los cuadros de *San Jerónimo Penitente* y *Las lágrimas de San Pedro*⁷³.

La falta de trabajos dedicados a estudiar su obra se manifiesta en el desconocimiento que hay en torno a la figura de Sebastián Martínez, como refleja la desafortunada atribución que realizó Ludmila Kagané de la *Virgen con el Niño sentada en una silla sobre las nubes* (Museo Ermitage, San Petersburgo)⁷⁴. Esta situación incluso se observa en la confusión de su autoría en algunas de sus obras que durante mucho tiempo eran consideradas de autor anónimo, o bien de forma errónea eran adscritas a los catálogos de otros pintores más conocidos, como sucede con el *San Ignacio de Loyola* y el *San Francisco Javier* de la iglesia del Sagrado Corazón de Granada que tradicionalmente se venían relacionando con Juan de Valdés Leal⁷⁵.

Hasta la fecha, las últimas publicaciones dedicadas íntegramente al artista son un trabajo realizado por el presente autor, en donde se analiza y se perfilan las claves estilísticas y formales de su estilo y de su técnica⁷⁶ y el artículo «Sebastián Martínez, el gran desconocido» firmado por José María Palencia Cerezo para la revista *Ars Magazine*⁷⁷. El anterior título resulta muy significativo, ya que señala que aún hoy en día queda mucho por estudiar sobre este pintor giennense del siglo XVII.

3. RESTAURACIÓN: PUESTA EN VALOR DE SU OBRA

Para llevar a cabo una completa puesta en valor de la figura de Sebastián Martínez Domedel ha sido fundamental acometer la restauración de gran parte de su obra, dado que la mayoría

⁶⁴ PALENCIA CEREZO, J.M. (2009).

⁶⁵ PALENCIA CEREZO, J.M. (1989).

⁶⁶ RAYA RAYA, M.Á. (1986, pp. 50-51).

⁶⁷ NANCARROW, M; NAVARRETE PRIETO, B. (2004, pp. 110-113).

⁶⁸ GALERA ANDREU, P.A. (2007, p. 248); GALERA ANDREU, P.A. (2008); GALERA ANDREU, P.A. (2009).

⁶⁹ VIRIBAY ABAD, M. (2000a, t. VI, pp. 1487-1493); VIRIBAY ABAD, M. (2000b, pp. 71-99).

⁷⁰ SERRANO ESTRELLA, F. (2012a); SERRANO ESTRELLA, F. (2013); SERRANO ESTRELLA, F. (2015).

⁷¹ SERRANO ESTRELLA, F. (2011).

⁷² SERRANO ESTRELLA, F. (2012b).

⁷³ LEÓN COLOMA, M.Á. (2012a); LEÓN COLOMA, M. Á. (2012b).

⁷⁴ KAGANÉ, L. (2005, pp. 284-287, fig. 68, cat. 79).

⁷⁵ Recientemente fueron atribuidas a Sebastián Martínez por Benito Navarrete Prieto en la conferencia *Sebastián Martínez, nueva luz sobre su obra*, (Jaén, 27/05/2010) y por el profesor Miguel Ángel León (LEÓN COLOMA, M.Á., 2014).

⁷⁶ MANTAS FERNÁNDEZ, R. (2013).

⁷⁷ PALENCIA CEREZO, J. M. (2011).

de sus cuadros acusaban los signos del paso del tiempo en forma de importantes deterioros que impedían contemplarlos con todo el esplendor y la magnificencia que tuvieron cuando fueron concebidos por el pintor giennense en el siglo XVII.

A pesar de esta lamentable situación, desde finales del siglo XVII hasta la actualidad se han sucedido diferentes intervenciones. Sin embargo, debemos tener presente que no siempre se han seguido los mismos criterios de restauración, pues será a partir de *La Carta de Roma* de 1972, elaborada por Cesare Brandi, y posteriormente con *La Carta della conservazione e del restauro degli oggetti d'arte e di cultura* de 1987 cuando los trabajos acometidos tendrán presentes entre otros aspectos preservar la técnica y los pigmentos originales de la obra, evitar los repintes o aplicar técnicas que sean reversibles. Igualmente, a la hora de acercarnos a conocer cómo y en qué consistieron dichos procesos, nos percatamos que disponemos de una información desigual, al disponer únicamente de informes y memorias de restauración en los últimos procesos realizados.

La preocupación por preservar la conservación de la obra de Sebastián Martínez se observa a finales del Seiscientos, cuando en 1695 el cabildo catedralicio de Jaén acuerda aderezar el cuadro del *Martirio de San Sebastián*⁷⁸ por «averse maltratado mucho»⁷⁹, a pesar de que tan solo habían transcurrido casi treinta años desde la fecha de su ejecución. Originalmente estaba emplazado en la capilla del testero de la nave de la Epístola pero con el paso del tiempo, durante el siglo XVIII, se acordó trasladar su ubicación a la capilla de San Juan Nepomuceno, para buscar un emplazamiento mucho más digno y diáfano⁸⁰. Tras estas dos acciones, los problemas de conservación de este lienzo no se solucionaron y, como veremos a continuación, se prolongaron en el tiempo.

Desconocemos cómo fueron los trabajos anteriores, pero podemos pensar que las acciones estuvieron centradas en la realización de repintes y en el arreglo de algunos rotos o desperfectos como sucedió en la labor llevada a cabo en 1778 por Luis José Gómez sobre unos lienzos relacionados a Sebastián Martínez que se localizan en el retablo de San Bartolomé de la Iglesia de San Nicolás de la Villa de Córdoba⁸¹. Este tipo de actividades perjudicaron seriamente a la obra original y más que ayudar a su conservación hicieron lo contrario, impidiendo concretar su autoría con mayor certeza, como se ha reflejado en estudios recientes⁸².

Éstas no son las únicas actividades documentadas durante los siglos XVIII y XIX. También tenemos constancia de otro tipo de intervenciones que en lugar de realizarse para preservar el estado de conservación de los cuadros de Sebastián Martínez, fueron ejecutadas para reubicar algunos lienzos en nuevos emplazamientos. A propósito de ello, sabemos que el lienzo de *San Jerónimo Penitente* de la Catedral de Jaén fue ensanchado para ser adaptado a uno de los retablos neoclásicos que se realizan para el amueblamiento de las capillas del Templo Mayor⁸³.

Posteriormente, existe un amplio salto temporal sin que se produzcan nuevas noticias, pues las siguientes se remontan a 1959, cuando fueron intervenidos nuevamente algunos de los lienzos de Sebastián Martínez que se hallaban en la Catedral de Jaén. Estos trabajos fueron llevados a cabo por Francisco Cerezo, con motivo de la creación del Museo Catedralicio. Entre los cuadros que restauró figuraba un *Crucificado* de Sebastián Martínez, dado el mal estado de conservación que presentaba a causa de numerosos desperfectos e importantes pérdidas de pigmentos y humedades⁸⁴. Durante este proceso se encontró la inscripción «+/- Sebast.^{us} f. Giennii» con la que su autor firmó la obra en la roca que hay junto a la calavera a los pies de la cruz.

⁷⁸ PRIETO JIMÉNEZ, N. (2011, p. 174).

⁷⁹ «Este día los dhos SS. Dean y Cabildo dieron comiss^{on} al sr. D. Ju^o Albano Arzediano de Jaen para que haga se adereze por quenta de la fabrica el quadro de S. Sebastian respecto de averse maltratado mucho =». Archivo Histórico Diocesano de Jaén (AHDJ): Actas Capitulares, nº 51 (1694–1695), f. s/n. Jaén, 30 de agosto de 1695.

⁸⁰ «que se quite un retablo y ponga el quadro de Sⁿ Sevastian en su capilla este dia los dichos SS. Dean y Cav^{do} acordaron que en atenzion a haverse acavado de dorar el Marcho que nuevamente se ha hecho para el quadro del glorioso Martir Sⁿ Sevastian se quite el retablo que esta en su capilla y en su lugar seponga el referido quadro =». AHDJ: Actas Capitulares, nº 70 (1731–1732), f. s/n. Jaén, 18 de septiembre de 1731.

⁸¹ SEQUEIROS PUMAR, C. (1987, p. 131).

⁸² *Ibidem*, pp. 130-133.

⁸³ PRIETO JIMÉNEZ, N. (2011, p. 177).

⁸⁴ MORALES, P. (1959).

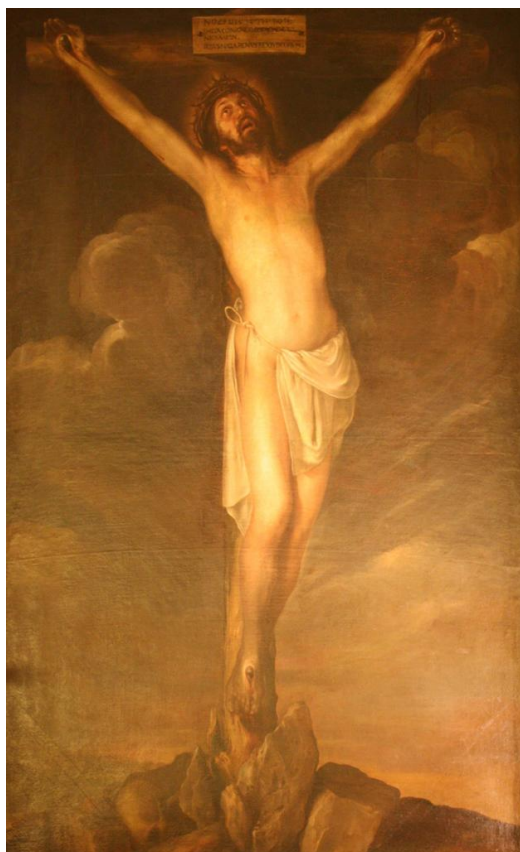


Ilustración 4. Sebastián Martínez Domedel. *Crucificado*, óleo sobre lienzo, 320 x 230 cm S.I. Catedral de Jaén. (Fuente: propia).

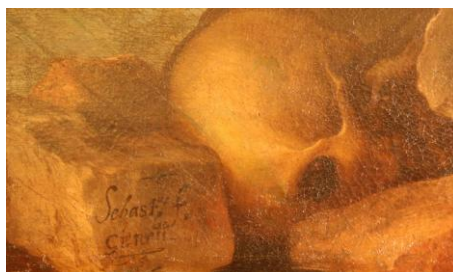


Ilustración 5. Sebastián Martínez Domedel. *Crucificado* (detalle de la firma). S.I. Catedral de Jaén. (Fuente: propia)

Diez años más tarde el mismo autor intervino en el *Martirio de San Sebastián* de la Catedral de Jaén. Para esta ocasión, la pieza fue trasladada al Museo Provincial de Jaén debido a sus grandes proporciones y fue durante la restauración cuando fue hallada la firma y la fecha de su ejecución⁸⁵. El cuadro acusaba serios problemas de acumulación de suciedad al estar la tela destensada sobre el bastidor, como consecuencia de sus grandes dimensiones. Actualmente, estos factores siguen dañando una obra necesitada de una intervención urgente.

La siguiente intervención está documentada fuera de la ciudad de Jaén. En concreto, en el año 1992, los artistas Cerezo Moreno y Linares Talavera fueron los encargados de restaurar los lienzos que pertenecieron al convento dominico del Corpus Christi de Córdoba⁸⁶. En concreto, trabajaron en la limpieza de los cuadros de *San Francisco*, la *Inmaculada* y la *Adoración de los pastores*, descubriendo la firma de Sebastián Martínez en los dos primeros⁸⁷.

⁸⁵ ANÓNIMO (1969).

⁸⁶ Actualmente el *San Francisco*, la *Inmaculada* y la *Adoración de los pastores* se encuentran en el Monasterio de Santa María de Gracia de Córdoba. Por su parte, el *San Jerónimo*, el cuadro restante de la serie, se localiza en la galería Colnaghi de Londres.

⁸⁷ En el *San Francisco* se encontraba en la parte inferior tras un repinte, mientras que en la *Inmaculada* se hallaba en un pliegue del lienzo oculto por el marco. A pesar de que no apareció la firma en la *Natividad* el estilo y la técnica de

Las restauraciones realizadas hasta ese momento por lo general se centraban en hacer limpiezas de tipo superficial que en la mayoría de los casos eran respetuosas con la obra, aunque bien es cierto que también tenemos constancia del empleo de repintes que desvirtuaron la técnica y el colorido original, como sucedió en la *Virgen de la Expectación* de la Catedral de Jaén. Esta situación se explica por la desafortunada elección de personas que no eran profesionales de la restauración y también por la ausencia de informes o memorias de trabajo que detallaran y documentaran las fases de las intervenciones.

Afortunadamente, durante los últimos años estos trabajos recaen en manos de profesionales cualificados cuyas premisas son las de realizar limpiezas que no dañen a la obra original, empleando una metodología que sea respetuosa y reversible, afín a los principios de *Las Cartas del Restauo*. Además de ello, actualmente se presentan unos informes y memorias de trabajo elaboradas por equipos interdisciplinares formados por historiadores del arte y por restauradores-conservadores. El documento generado actúa como nexo entre la restauración y la investigación, como sucede con el caso de la intervención del *Martirio de San Crispín y San Crispiniano*, un cuadro que tradicionalmente se relacionaba con Sebastián Martínez y que tras su restauración y posterior estudio de las pinceladas se ha podido confirmar su autoría. La empresa fue liderada por José Luis Ojeda Navío, y fue completada con el análisis de pigmentos que han aportado una valiosa información sobre su técnica. Los resultados han revelado que el pintor giennense elaboraba unos colores que generalmente variaban entre el marrón, el blanco y el rojizo. Así, en la mayoría de las muestras extraídas suelen estar presentes los siguientes estratos: uno interno de color marrón oscuro (25-55 μm), otro intermedio de color rojo (25-30 μm), otro intermedio de color rosado (10-30 μm) y otro más superficial de color blanco (5-10 μm)⁸⁸.



Ilustración 6. Sebastián Martínez Domedel, *Martirio de San Crispín y San Crispiniano*, óleo sobre lienzo, 183 x 142 cm. Palacio Episcopal de Jaén. (Fuente: propia)

este cuadro son similares al mostrado en los anteriores y no ofrecen ninguna confusión sobre su autoría (VIRIBAY ABAD, M., 2000a, t. VI, p. 1493).

⁸⁸ Informe del «proceso de restauración lienzo San Crispín y San Crispiniano, Palacio Episcopal (Jaén)». Nº de Expediente: I072814SV23BC. Adjudicatario: José Luis Ojeda Navío. Fecha: julio-septiembre 2007, p. 14. El estudio fue realizado en el CSIC de Sevilla en enero de 2009, dentro del convenio "Andalucía Barroca" suscrito entre la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía y el Instituto de Ciencias de Materiales de Sevilla del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, por M^a Sigüenza Carballo, José Luis Pérez Rodríguez, Ángel Justo Érbiz y M^a C. Jiménez de Haro (colaboradora).

Por otro lado, *Las lágrimas de San Pedro* de la Catedral de Jaén es otra pieza que se ha incorporado recientemente al catálogo de Sebastián Martínez. Debido a la falta de estudios y al mal estado de conservación que durante mucho tiempo acusaba la pieza, estuvo catalogada en la Exposición Permanente de Arte Sacro como una obra de autor anónimo del siglo XVIII. Nuevamente, la restauración llevada a cabo por el Museo Nacional del Prado en 2014⁸⁹ ha sido determinante para respaldar una atribución que fue publicada previamente por el profesor Miguel Ángel León Coloma⁹⁰.



Ilustración 7. Sebastián Martínez Domedel, *Las lágrimas de San Pedro* (antes de la restauración), óleo sobre lienzo, 102 x 93 cm. S.I. Catedral de Jaén. (Fuente: propia). **Ilustración 8.** Sebastián Martínez Domedel, *Las lágrimas de San Pedro* (después de la restauración), óleo sobre lienzo, 102 x 93 cm. S.I. Catedral de Jaén. (Fuente: propia).

Mucho más ambiciosa ha sido la intervención de los *Evangelistas* de la Capilla de la Virgen de los Dolores de la Catedral de Jaén, unas obras de influencia riberesca que se encontraban en un lamentable estado de conservación y que no contaban con una autoría respaldada por la crítica. Se trataba de un proyecto que fue llevado a cabo durante los años 2012 y 2015 bajo el patrocinio de la Fundación de la Caja Rural de Jaén para ratificar la reciente atribución a Sebastián Martínez Domedel. Su autor ha sido Néstor Prieto Jiménez, restaurador del Templo Mayor giennense, quien emprendió la limpieza y la restauración de los lienzos y de los marcos de unos cuadros que presentaban un deteriorado estado de conservación provocado por diversos factores humanos y ambientales, que se habían traducido en roturas y fisuras en los bastidores, colocación de parches, pérdidas de policromía, craquelados, repintes y envejecimiento de los barnices. En todo momento durante el proceso de restauración se siguieron los actuales criterios de reversibilidad, inocuidad y diferenciación de los materiales.

Una vez finalizados los trabajos, los cuadros fueron exhibidos en la exposición *Sebastianus. Pintor de Jaén*⁹¹, muestra que tuvo una gran acogida de público, alcanzando la elevada cifra de 15.000 visitantes que pudieron disfrutar nuevamente de la excelente calidad pictórica de estos lienzos⁹². A pesar de que la S.I. Catedral de Jaén cuenta con un importante número de cuadros de Sebastián Martínez Domedel, la gran mayoría de estos visitantes eran locales y desconocían la obra del pintor y fue a través de la exposición cuando pudieron acercarse por primera vez a conocerla y valorarla.

⁸⁹ Informe de conservación de la obra y del marco de *Las lágrimas de San Pedro* de Sebastián Martínez Domedel (cat. Jaén). Propuesta de restauración realizada por D. Felipe Serrano Estrella (15/10/2013) y dirigida al Museo Nacional del Prado.

⁹⁰ LEÓN COLOMA, M.Á. (2012b).

⁹¹ La exposición se celebró en la S.I. Catedral de Jaén entre el 17/12/2015 y el 13/03/2016.

⁹² EUROPA PRESS (2016).



Ilustración 9. Sebastián Martínez Domedel, *San Juan Evangelista* (antes de la restauración), óleo sobre lienzo, 213 x 143 cm. S.I. Catedral de Jaén. (Fuente: propia). **Ilustración 10.** Sebastián Martínez Domedel, *San Juan Evangelista* (después de la restauración), óleo sobre lienzo, 213 x 143 cm. S.I. Catedral de Jaén. (Fuente: Néstor Prieto Jiménez).

Junto a estos lienzos en la citada exposición también participó el *Santo Rostro sostenido por ángeles*, una obra que se halla en el retablo de la Capilla Mayor de la Catedral de Jaén. Del mismo modo, la pieza fue sometida entre marzo y octubre de 2015 a un proceso de restauración que fue realizado nuevamente por Néstor Prieto Jiménez, gracias a la financiación de la Asociación de Amigos de las Catedrales de Jaén y Baeza⁹³. La cubierta del nicho que contiene la reliquia de la *Santa Verónica* fue realizada por Sebastián Martínez en 1660 y sufría un malogrado estado de conservación originado principalmente por diversos factores humanos como el roce de las llaves que abren la cubierta o al carmín de labios de alguna fervorosa devota. Del mismo modo, fue restaurada y presentada públicamente en la muestra una *Inmaculada Concepción* del Seminario Diocesano de Jaén, una pieza inédita y desconocida hasta el momento que había pasado desapercibida por su mal estado de conservación⁹⁴.

⁹³ CATEDRAL DE JAÉN (2015).

⁹⁴ GALERA, P. (2016).



Ilustración 11. Sebastián Martínez Domedel, *El Santo Rostro sostenido por ángeles* (antes de la restauración), óleo sobre tela adherido a una tabla, 90,5 x 94,5 cm. S.I. Catedral de Jaén (Fuente: propia). **Ilustración 12.** Sebastián Martínez Domedel, *El Santo Rostro sostenido por ángeles* (después de la restauración), óleo sobre tela adherido a una tabla, 90,5 x 94,5 cm. S.I. Catedral de Jaén (Fuente: propia).

Como hemos expuesto en el caso anterior, las exposiciones temporales son escenarios perfectos para unir los resultados del trabajo conjunto de la investigación y de la restauración, que contribuyen de forma directa en la puesta en valor del patrimonio. Al mismo tiempo, son un medio ideal para dar a conocer al resto de la sociedad los resultados de estos estudios. En este sentido, los catálogos publicados recogen información novedosa e inédita de las obras que son expuestas, las cuales, por norma general, previamente suelen ser sometidas a diversas intervenciones de limpieza y de mejora de su conservación. En 2014 podemos reseñar la muestra *La huella de los jesuitas en Granada*⁹⁵, dado que en ella los lienzos de *San Ignacio de Loyola* y *San Francisco Javier* fueron presentados como obras de Sebastián Martínez, superando la anterior atribución que la relacionaba a Juan de Valdés Leal. La autoría del pintor giennense quedaba respalda cuando se localizó parte de la firma «S[...]a[...]» en el lienzo de *San Francisco Javier* durante las labores previas de limpieza y de preparación del montaje expositivo⁹⁶.

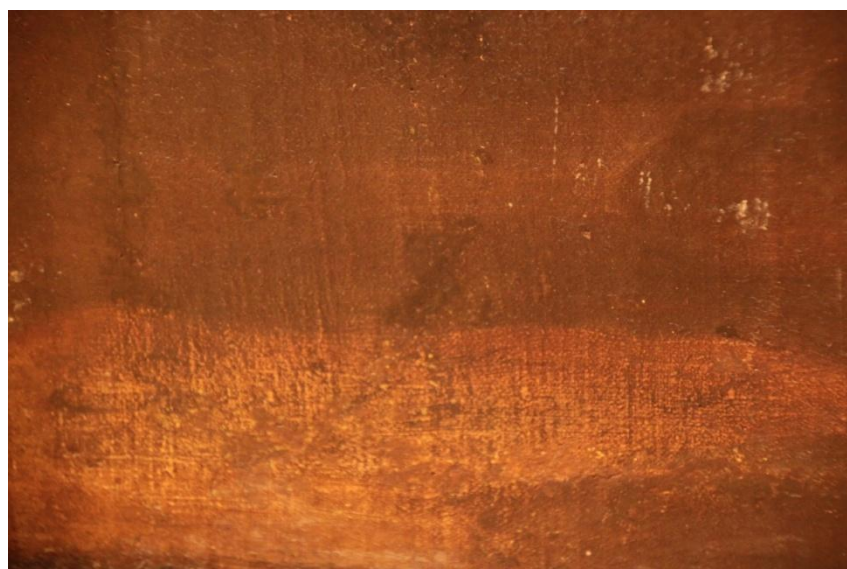


Ilustración 13. Sebastián Martínez Domedel, *San Francisco Javier* (detalle de los restos la firma), óleo sobre lienzo, 190 x 120 cm. Iglesia del Sagrado Corazón de Granada (Fuente: propia)

⁹⁵ La exposición fue celebrada en la ciudad de Granada en la Fundación de la Caja Granada desde el 10/04/2014 hasta el 13/07/2014.

⁹⁶ PÉREZ ÁLVAREZ, A.J. (2014a); PÉREZ ÁLVAREZ, A.J. (2014b).



Ilustración 14. Sebastián Martínez Domedel, *San Ignacio de Loyola* (detalle), óleo sobre lienzo, 190 x 120 cm. Iglesia del Sagrado Corazón de Granada (Fuente: propia). **Ilustración 15.** Sebastián Martínez Domedel, *San Francisco Javier* (detalle), óleo sobre lienzo, 190 x 120 cm. Iglesia del Sagrado Corazón de Granada (Fuente: propia).

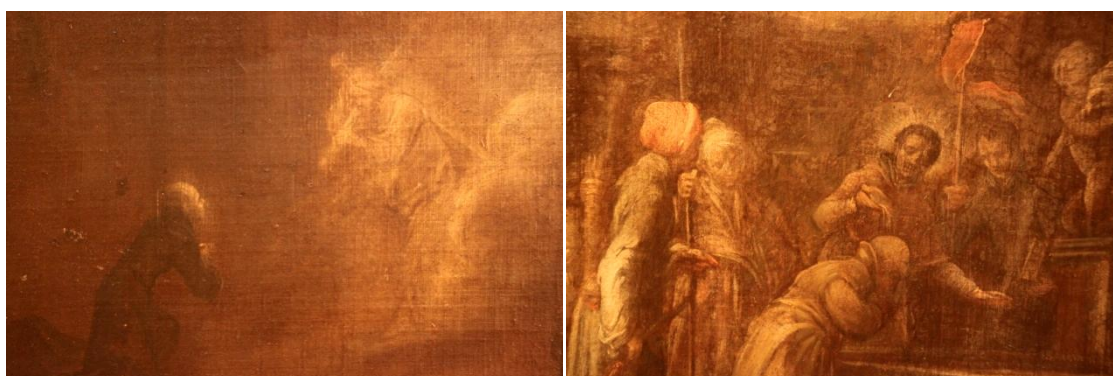


Ilustración 16. Sebastián Martínez Domedel, *San Ignacio de Loyola* (detalle), óleo sobre lienzo, 190 x 120 cm. Iglesia del Sagrado Corazón de Granada (Fuente: propia). **Ilustración 17.** Sebastián Martínez Domedel, *San Ignacio de Loyola* (detalle), óleo sobre lienzo, 190 x 120 cm. Iglesia del Sagrado Corazón de Granada (Fuente: propia).

Recientemente también han sido atribuidos a Sebastián Martínez un *San Pedro* y un *San Pablo* del Museo de Bellas Artes de Córdoba recientemente restaurados por María José Robina, quien realizó diversas labores de reentelado, limpieza, levantado de repintes y eliminación de añadidos⁹⁷. Antes de la intervención los lienzos habían sido relacionados con otros autores como Zurbarán, Antonio del Castillo, Juan de Valdés Leal o Herrera el Viejo.

A pesar de todo el trabajo que se ha realizado en los últimos años, todavía queda mucho trabajo por hacer en lo que se refiere a la mejora de la conservación de la obra de Sebastián Martínez. Sobre todo esperamos que próximamente se puedan ejecutar unas ambiciosas intervenciones sobre cuadros de aparatosas dimensiones como el *Martirio de San Sebastián* y la *Virgen de la Expectación* de la Catedral de Jaén⁹⁸. Igualmente consideramos necesaria la

⁹⁷ REINA, C. (2016).

⁹⁸ A propósito de ello, el restaurador de la Catedral de Jaén, Néstor Prieto Jiménez, expresaba en una entrevista el deseo de intervenir sobre el cuadro del *Martirio de San Sebastián* al declarar que «Sebastián Martínez es uno de los grandes pintores que trabajó para la Catedral de Jaén en el siglo XVII, donde dejó una gran cantidad de obras para decorar diversos espacios del templo. Aunque la exposición dedicada al artista en 2015 ha permitido llevar a cabo diversas restauraciones de sus obras más relevantes, han quedado pendientes las de mayor tamaño. Por tal motivo me

planificación de unos trabajos a corto plazo sobre los lienzos que integran la serie del *Apostolado* del Palacio Episcopal de Córdoba, puesto que en su mayoría presentan serios problemas de pérdidas de policromía, craquelados, repintes y envejecimiento de los barnices, como podemos ver en el cuadro de *Santiago el Mayor* (Escalera del Archivo de la Catedral de Córdoba). Sin duda alguna, estos futuros y anhelados trabajos arrojarían nueva luz sobre al conocimiento de la pintura de Sebastián Martínez Domedel.



Ilustración 18. Sebastián Martínez Domedel, *Santiago el Mayor* (detalle), óleo sobre lienzo, 203 x 127 cm. Escalera del archivo de la Catedral de Córdoba. (Fuente: propia).

4. CONCLUSIONES

Como hemos visto a lo largo de este texto es esencial la unión de las actividades de investigación y de restauración para llevar a cabo la puesta en valor de la obra de Sebastián Martínez Domedel. Además de mejorar los problemas de conservación que acusan algunos de sus cuadros y mejorar sus condiciones de exhibición en las iglesias, conventos u otras colecciones, es necesario recopilar toda la información novedosa aportada en los últimos años para elaborar una publicación que sirva para difundir y para dar a conocer a este pintor giennense del Siglo de Oro español.

haría mucha ilusión poder intervenir el lienzo del *Martirio de San Sebastián* con unas dimensiones aproximadas de cinco metros de alto por tres de ancho» (GARCÍA, M.; FERNÁNDEZ, T., 2016).

A pesar de que todavía su estudio se encuentra en una fase primaria, la rehabilitación que está viviendo su figura en los últimos años augura unas perspectivas de futuro esperanzadoras. Muestra de ello, se puede observar en las adquisiciones que recientemente se han hecho desde diferentes pinacotecas, como sucede con la incorporación de una *Santa Catalina* y de un *San Juan Bautista* a los fondos del Museo Provincial de Jaén o la destacada compra del *San José con el Niño* por parte del Museo Nacional del Prado.

Por último, también podemos analizar el interés que está despertando Sebastián Martínez Domedel a través de la perspectiva del mercado del arte, pues su nombre suele ser cada vez más frecuente entre los lotes de obras que salen a subasta ante la creciente valoración que empieza a despertar sus lienzos entre los coleccionistas privados.

5. BIBLIOGRAFÍA

- ANÓNIMO (1969): «Se descubren la fecha y la firma en el cuadro San Sebastián, de Sebastián Martínez, que se conserva en la Catedral». *Diario Jaén*, 13/05/1969, p. 3.
- AGULLÓ Y COBO, M. (1978): *Noticias sobre pintores madrileños de los siglos XVI y XVII*. Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Granada y Departamento de Historia del Arte de la Universidad Autónoma de Madrid, Granada-Madrid.
- ÁLAMO BERZOSA, G. (ed. 1975): *Iglesia Catedral de Jaén. Historia e imagen* (1968). Obispado de Jaén, Jaén.
- ANGULO IÑIGUEZ, D. (1971): «Pintura del siglo XVII». En VV. AA.: *Ars Hispaniae*, vol. XV, Madrid.
- CAÑADA QUESADA, R. (1991): «Nuevas noticias sobre el giennense Sebastián Martínez, pintor de cámara de Felipe IV». *Senda de los Huertos: revista cultural de la provincia de Jaén*, nº 21, enero, febrero y marzo 1991, pp. 27-32.
- CAPEL MARGARITO, M. (1971): «Sebastián Martínez Domedel, discípulo de Velázquez y pintor de cámara de Felipe IV, en la Catedral de Jaén». *Boletín del Instituto de Estudios Giennenses*, nº 67, pp. 33-48.
- CAPEL MARGARITO, M. (1973): «Pintura dispersa de Sebastián Martínez Domedel (1599-1667)». *Boletín del Instituto de Estudios Giennenses*, nº 78, pp. 9-29.
- CAPEL MARGARITO, M. (1999): *Sebastián Martínez Domedel (1599-1667) y su escuela de pintores*. Colección "Arte y artistas giennenses", Jaén.
- CARASI, C. (1782): *Le pubbliche pitture de Piacenza*. Arnaldo Forni editore, Piacenza.
- CATEDRAL DE JAÉN (2015): *Presentación de la puerta del Santo Rostro*. Disponible en: <http://www.catedraldejaen.org/noticias/presentacion-de-la-restauracion-de-la-puerta-del-santo-rostro/>. Consultado en 05/07/2017 a 17:35.
- CAZABÁN LAGUNA, A. (ed. 1982): «Series Análogas (de la escuela de Sebastián Martínez)». *Revista Don Lope de Sosa, crónica mensual de la provincia de Jaén*, nº 23, 30 de noviembre 1914, pp. 330-331.
- CEÁN BERMÚDEZ, J. A. (ed. 2001): *Diccionario Histórico de los más ilustres profesores de las Bellas Artes en España*. Ediciones ISTMO, Madrid.
- COVARRUBIAS HOROZCO, S. (ed. 1984): *Tesoro de la Lengua Castellana o Española. Compuesto por el Licenciado Don Sebastián Cobarruvías Orozco, Capellán de Su Magestad, Maestrescuela y Canónigo de la Santa Iglesia de Cuenca, y Consultor del Santo Oficio de la Inquisición* (1611). Ediciones Turner, México.
- CHAMORRO LOZANO, J. (ed. 1971): *Guía artística y monumental de la ciudad de Jaén*. Instituto de Estudios Giennenses, Jaén.

- EUROPA PRESS (2016): «Cerca de 15.000 personas han pasado ya por la exposición 'Sebastianus. Pintor de Jaén'». *Ideal*, 27/02/2016. Disponible en: <http://www.ideal.es/jaen/culturas/201602/27/cerca-personas-pasado-exposicion-20160227114333.html>. Consultado en 05/07/2017 a 17:30.
- GALERA ANDREU, P.A. (2007): «Jaén Barroco». En VV. AA.: *Andalucía Barroca* [cat. exp. itinerante]. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura, Sevilla, pp. 236-249.
- GALERA ANDREU, P.A. (2008): *Pintura y nobleza en el Jaén Barroco. Discurso de Ingreso de Don Pedro A. Galera Andreu en el Instituto de Estudios Giennenses. Contestación al discurso por el Consejero Luis Coronas Tejada, Jaén, febrero 2008*. Instituto de estudios Giennenses, Jaén.
- GALERA ANDREU, P.A. (2009): «Pintores nobles y nobleza en la Jaén del Barroco». *Cuadernos de Arte de la Universidad de Granada*, nº 40, pp. 193-208.
- GALERA, P. (2016): «La Inmaculada que realza el genio de Martínez Domedel». *Diario Jaén*, 26/01/2016. Disponible en: <http://www.diariojaen.es/cultura/la-inmaculada-que-realza-el-genio-de-martinez-domedel-EK914035>. Consultado a 06/07/2017 a 11:00.
- GARCÍA, M.; FERNÁNDEZ, T. (2016): «Néstor Prieto, restaurador de la Catedral». En *Estudiantes El País. Periódico digital*. Disponible en: <http://estudiantes.elpais.com/EPE2016/periodico-digital/ver/equipo/37/articulo/entrevista-a-nestor-prieto--restaurador-de-bienes-muebles-de-la-catedr>. Consultado en 06/07/2017 a 10:30.
- GÓMEZ-MORENO GONZÁLEZ, M. (ed. 1998): *Guía de Granada*. Archivum, Granada.
- IBÁÑEZ, V. (ed. 1982): «La partida de defunción del pintor Sebastián Martínez». *Revista Don Lope de Sosa, crónica mensual de la provincia de Jaén*, nº 66, junio de 1918, p. 169.
- KAGANÉ, L. (2005): *La pintura española del Museo del Ermitage. Siglos XV a comienzos del XIX*. Fundación el Monte, Sevilla.
- LABORDE, A. (ed. 1816): *Itinerario de las provincias de España y de sus islas y posesiones en el Mediterráneo con una sucinta idea de su situación geográfica población, historia civil y natural, agricultura, comercio, industria, hombres célebres, carácter y costumbres de sus habitantes y otras noticias que amenizan su lectura* (1809). Imprenta de Ildefonso Mompié, Valencia.
- LÁZARO DAMAS, M.S. (1994): «Consideraciones en torno a Sebastián Martínez Domedel y su obra». *Boletín del Instituto de Estudios Giennenses*, nº 153, 1, 1994, pp. 299-314.
- LEÓN COLOMA, M.Á. (2012a): «San Jerónimo Penitente». En SERRANO ESTRELLA, F., (coord.): *Cien obras maestras de la Catedral de Jaén*. Universidad de Jaén y Cabildo de la S. I. Catedral de Jaén, Jaén, pp. 180-183.
- LEÓN COLOMA, M. Á. (2012b): «Las lágrimas de San Pedro». En SERRANO ESTRELLA, F., (coord.): *Cien obras maestras de la Catedral de Jaén*. Universidad de Jaén y Cabildo de la S. I. Catedral de Jaén, Jaén, pp. 184-185.
- LEÓN COLOMA, M.Á. (2014): «Iconografía Barroca de San Ignacio de Loyola y San Francisco Javier. Notas a una exposición». En MARTÍNEZ MEDINA, F.J., (dir.): *La huella de los jesuitas en Granada. Del colegio de San Pablo a la Facultad de Teología* [cat. exp. 10/04/2014-13/07/2014]. Facultad de Teología, Granada, pp. 153-208.
- LÓPEZ PÉREZ, M. (1967a): «Sebastián Martínez, pintor de Jaén. Se cumplen, ahora trescientos años de la muerte del pintor de cámara de Felipe IV». *Diario Jaén*, 14/11/1967.
- LÓPEZ PÉREZ, M. (1967b): «Sebastián Martínez, pintor de Jaén. Naturalismo y sencillez, las dos principales características del artista». *Diario Jaén*, 15/11/1967.

- LÓPEZ PÉREZ, M. (1967c): «Sebastián Martínez, pintor de Jaén. Creó en nuestra ciudad una notable escuela pictórica». *Diario Jaén*, 16/11/1967.
- MADOZ P. (ed. 1990): *Diccionario geográfico-estadístico-histórico de España y sus posesiones de ultramar (1845-1850)*. Biblioteca Santa Ana, Almedralejo.
- MANTAS FERNÁNDEZ, R. (2013): «Claves estilísticas y formales en torno a la paleta de Sebastián Martínez». En LÓPEZ CALDERÓN, C.; FERNÁNDEZ VALLE, M.Á.; RODRÍGUEZ MOYA, M.I., (coord.): *Barroco Iberoamericano. Identidades culturales de un Imperio*. Andavira Editora, Santiago de Compostela, vol. 1, pp. 389-406.
- MAYANS y SÍSCAR, G. (ed. 1854): *Arte de pintar (1776)*. Imprenta de José Rius, Valencia.
- MICHAUD, J.F.; MICHAUD, L.G. (1820): *Biographie universelle, ancienne et moderne; ou, histoire, par ordre alphabétique: de la vie publique et privée de tous les hommes qui se sont fait remarquer par leurs écrits, leurs actions, leurs talents, leur vertu ou leurs crimes*. Chez L. G. Michaud, Libraire-Éditeur, París.
- MIREUR, H. (1911): *Dictionnaire des Ventes D'arts*. Maisson D'Édition d'uvres artistiques, Ch. de Vicenti, París.
- MOLINER, M. (ed. 2016): *Diccionario de uso del español* [prólogo de Carme Riera. Edición del cincuentenario]. Gredos, Madrid.
- MORALES, P. (1959): «Interesante obra de restauración en la pinacoteca. El Museo Catedralicio (II)». *Diario Jaén*, 23/07/1959, p. 3.
- MORENO MENDOZA, A. (ed.) (1993): *Da Velázquez a Murillo* [cat. exp.]. Electa/Olivetti, Milán.
- MORENO MENDOZA, A. (coord.) (2005): *Guía artística de Jaén y su provincia*. Fundación Lara, Sevilla.
- NANCARROW, M; NAVARRETE PRIETO, B. (2004): *Antonio del Castillo*. Fundación de Apoyo a la Historia del Arte Hispánico, Madrid.
- NAVARRETE PRIETO, B. (1998): *La pintura andaluza del siglo XVII y sus fuentes grabadas*. Gráficas Caro, Madrid.
- NÚÑEZ DE SOTOMAYOR, J. (1661): *Descripción panegyrica de las insignes fiestas que la iglesia de Jaén celebró en la traslación del SS. Sacramento a su nuevo y sumptuoso Templo por el mes de octubre de 1660*. Impresor Mateo López Hidalgo, Málaga.
- ORLANDI, P.A.; GUARIENTI, P. (1753): *Abecedario pittorico del M. R. P. Pellegrino Antonio Orlandi Bolognese Contenente le notizie de professori di pittura, scoltura, ed architettura in questa edizione corretto e notabilmente di nuove notizie accresciuto da Pietro Guarienti Accademico clementino ed ispettore della regia galleria di S. M. Federico Augusto III. Re di Polonia ed elettore di Sassonia, ecc.* Giambatista Pasquali, Venecia.
- PALENCIA CEREZO, J.M. (1989): «En busca de "Sebastianus". La autoría del misterioso apostolado del Museo Diocesano». *Diario de Córdoba*, 26/02/1989.
- PALENCIA CEREZO, J.M. (1993): «La gran centuria del siglo XVIII». En: VV. AA.: *Los pueblos de Córdoba*, Caja Provincial de Ahorros de Córdoba, Córdoba.
- PALENCIA CEREZO, J.M.; CAMPO DEL, J. (2007): *El esplendor del Barroco Andaluz. Colección Granados* [cat. exp.: 30/10/2007-02/12/2007, CajaSur (Córdoba); 15/12/2007-20/01/2008, Hospital de la Caridad (Sevilla)]. Imprenta San Pablo, Córdoba.
- PALENCIA CEREZO, J. M.; CAMPO DEL, J. (2008): *Espíritu Barroco. Colección Granados* [cat. exp. 22/02/2008-04/05/2008, Casa del Cordón]. Caja de Burgos, Burgos.
- PALENCIA CEREZO, J.M. (2009a): «Sebastián Martínez y el Apostolado del Palacio Episcopal de Córdoba». *Congreso Internacional Andalucía Barroca: actas, Iglesia San Juan de*

Dios de Antequera, 17-21 de septiembre de 2007, t. I: Arte, Arquitectura y Urbanismo. Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, Sevilla, pp. 373-384.

- PALENCIA CEREZO, J.M. (2009b): *Sacred Spain. Art and Belief in the Spanish World* [cat. exp. 11/10/2009-03/01/2010, Indianapolis Museum of Art]. Indianapolis Museum of Art, Indianapolis.
- PALENCIA CEREZO, J.M. (2011): «Sebastián Martínez, el gran desconocido». *Ars Magazine*, IV, nº 10, abril-junio, p. 107.
- PALOMINO DE CASTRO Y VELASCO, A. (ed. 1947): *Museo pictórico y escala óptica* (1724), Prólogo de Juan A. Ceán y Bermúdez. Aguilar, Madrid.
- PÉREZ LOZANO, M. (1997): «La pintura en el antiguo convento». En VILLAR MOVELLÁN, A., (dir.): *El convento de dominicas del Corpus Christi de Córdoba*. Cajasur, Córdoba, pp. 251-257.
- PÉREZ ÁLVAREZ, A.J. (2014a): «San Ignacio de Loyola». En MARTÍNEZ MEDINA, F.J., (dir.): *La huella de los jesuitas en Granada. Del colegio de San Pablo a la Facultad de Teología* [cat. exp. 10/04/2014-13/07/2014]. Facultad de Teología, Granada, pp. 652-654.
- PÉREZ ÁLVAREZ, A.J. (2014b): «San Francisco Javier». En MARTÍNEZ MEDINA, F.J. (dir.): *La huella de los jesuitas en Granada. Del colegio de San Pablo a la Facultad de Teología* [cat. exp. 10/04/2014-13/07/2014]. Facultad de Teología, Granada, pp. 655-657.
- PÉREZ SÁNCHEZ, A.E. (ed. 2010): *Pintura Barroca en España (1600-1750)*, (1992) [Edición actualizada por Benito Navarrete Prieto]. Ediciones Cátedra, Madrid.
- PONZ, A. (1772-1794): *Viage de España, en que se da noticia de las cosas más apreciables, y dignas de saberse, que hay en ella*. Publicación por Joaquín Ibarra, Madrid.
- PRIETO JIMÉNEZ, N. (2011): «Aproximación histórica a la restauración en la Catedral de Jaén». En SERRANO ESTRELLA, F., (coord.): *Docta Minerva: Homenaje a la profesora Luz de Ulierte Vázquez*. Universidad de Jaén, Jaén, pp. 173-1780.
- QUILLIET, F. (1816): *Dictionnaire de Peintres Espagnols*. [s. n.], Paris.
- RAYA RAYA, M.Á. (1986): *Córdoba y su pintura religiosa*. Monte de Piedad y Caja de Ahorros, Córdoba.
- REINA, C. (2016): «El Bellas Artes recupera dos nuevos lienzos del Barroco andaluz». *Cordópolis*, 26/01/2016. Disponible en: <http://cordopolis.es/2016/01/26/el-bellas-artes-recupera-dos-nuevos-lienzos-del-barroco-andaluz/> Consultado en 06/07/2017 a 10:00.
- ROMERO DE TORRES, E. (1913): *Catálogo de los monumentos históricos y artísticos de la provincia de Jaén*. Jaén.
- SEQUEIROS PUMAR, C. (1987): *Estudio histórico-artístico de la Iglesia de San Nicolás de la Villa de Córdoba*. Monte de Piedad y Caja de Ahorros, Córdoba.
- SERRANO ESTRELLA, F. (2011): «La promoción artística en los cabildos catedralicios». En SERRANO ESTRELLA, F., (coord.): *Docta Minerva: Homenaje a la profesora Luz de Ulierte Vázquez*. Universidad de Jaén, Jaén, pp. 37-53.
- SERRANO ESTRELLA, F. (2012a): «Las catedrales, focos artísticos del barroco». *Espacio, tiempo y forma*. Serie VII, Historia del Arte, nº 25, pp. 83-106.
- SERRANO ESTRELLA, F. (2012b): «Evangelistas». En SERRANO ESTRELLA, F. (coord.): *Cien obras maestras de la Catedral de Jaén*. Universidad de Jaén y Cabildo de la S. I. Catedral de Jaén, Jaén, pp. 162-163.

- SERRANO ESTRELLA, F. (2013): «La promoción artística en las catedrales españolas a través de las relaciones entre el alto clero secular y la monarquía». *Potestas: Religión, poder y monarquía. Revista del Grupo Europeo de Investigación Histórica*, nº 6, pp. 103-124.
- SERRANO ESTRELLA, F. (2015): «La imagen barroca de un templo del Renacimiento. La catedral de Jaén». En RODRÍGUEZ MIRANDA, M.A., (coord.): *Nuevas perspectivas sobre el Barroco Andaluz. Arte, tradición, ornato y símbolo*. Asociación Hurtado Izquierdo, Córdoba, pp. 248-269.
- TENORIO VERA, R. (coord.) (2007): *Museo de Bellas Artes de Granada: inventario de pintura, dibujo y escultura: colección estable y colección de la Junta de Andalucía*. Junta de Andalucía, Mouliaa map, Granada.
- TICOZZI, S. (1818): *Dizionario dei pittori dal rinnovamento delle belle arti*. Tipografía di Vincenzo Ferrario, Milán.
- TICOZZI, S. (1830): *Dizionario degli architetti, scultori, pittori, intagliatori in ramee d in pietra, coniatori di medaglie, mosaicisti, niellatori, intarsiatori d'ogni eta e d'ogni nazione di Stefano Ticozzi socio onorario dell'academia di belle arti di carrara, dell'ateneo di Venezia, EC*. Presso Gaetano Schieppatti, Milán.
- VALVERDE MADRID, J. (1962): «Artistas giennenses en el barroco cordobés». *Boletín del Instituto de Estudios Giennenses*, nº 33, pp. 9-96.
- VILLAR MOVELLÁN, A.; DABRIO GONZÁLEZ, M.T.; RAYA RAYA, M.Á. (2006): *Guía artística de Córdoba y su provincia*. Ayuntamiento de Córdoba y Fundación Lara, Córdoba.
- VIRIBAY ABAD, M. (2000a): *Jaén. Pueblos y Ciudades*, t. VI. Jaén.
- VIRIBAY ABAD, M. (2000b): «Aspectos de la pintura Giennense». En VV. AA.: *En la Tierra del Santo Rostro* [cat. exp. 24/09/2000-30/11/2000, Catedral de Jaén]. Obra social y cultural de Cajasur, Jaén, pp. 71-99.
- VV. AA. (1985): *Catálogo Monumental de la ciudad de Jaén y su término*. Instituto de Estudios Giennenses, Jaén.

6. INFORMES

- Informe del «proceso de restauración lienzo San Crispín y San Crispiniano, Palacio Episcopal (Jaén)»*. Nº de Expediente: I072814SV23BC. Adjudicatario: José Luis Ojeda Navío. Fecha: julio-septiembre 2007, p. 14. El estudio fue realizado en el CSIC de Sevilla en enero de 2009, dentro del convenio “Andalucía Barroca” suscrito entre la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía y el Instituto de Ciencias de Materiales de Sevilla del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, por M^a Sigüenza Carballo, José Luis Pérez Rodríguez, Ángel Justo Érbez y M^a C. Jiménez de Haro (colaboradora).
- Informe de conservación de la obra y del marco de Las lágrimas de San Pedro de Sebastián Martínez Domedel (cat. Jaén)*. Propuesta de restauración realizada por D. Felipe Serrano Estrella (15/10/2013) y dirigida al Museo Nacional del Prado.

EL ESTUDIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO EN LA CONSERVACIÓN Y RESTAURACIÓN DE BIENES CULTURALES: SU APLICACIÓN EN UNA PIEZA DE ARTES DECORATIVAS

Jorge Martínez Montero

Universidad de León

E-mail jorge.martinez@unileon.es

RESUMEN

El estudio histórico-artístico de una obra de arte, incluye los datos más relevantes de su historia material, aquellos que nos van a permitir establecer las coincidencias entre las intervenciones o alteraciones detectadas en la misma, con las descritas en las distintas fuentes documentales. El objeto de la presente ponencia se centra en la aplicación de la investigación histórico-artística como instrumento imprescindible para el conservador-restaurador de bienes culturales, materializada en una propuesta de estudio histórico-artístico aplicada a una pieza de artes decorativas, previa a la intervención, conservación y puesta en valor de la pieza.

PALABRAS CLAVE

Estudio histórico-artístico; informe; conservación; restauración; bienes culturales; artes decorativas.

El profesional de la conservación y la restauración de bienes culturales, debe ser consciente de la naturaleza documental de la obra objeto de intervención. Puesto que cada pieza contiene -individual o colectivamente- una serie de referentes históricos, iconográficos, morfológicos, estilísticos, estéticos y espirituales, el conservador-restaurador debe mostrarse sensible a todos ellos, conocer su naturaleza y dejarse guiar por los mismos en el cumplimiento de su labor.

La cooperación con especialistas del ámbito de las humanidades y las ciencias sociales, constituye un aspecto que cada vez se hace más necesario en los diversos campos de acción de la obra de arte; historiadores del arte, historiadores, peritos, tasadores y documentalistas entre otros, acaban por constituir junto al conservador-restaurador y al químico, un equipo interdisciplinar.

Para favorecer este trabajo, hemos elaborado una propuesta de una serie de fases previas, que conformarán el análisis histórico-artístico de una obra -de obligada inclusión en el pertinente informe de restauración- constituyendo el punto de partida para un caso práctico de arte decorativo: un retablo relicario, procedente del convento de las madres concepcionistas franciscanas de la localidad de Berlanga de Duero en Soria¹.

¹ El presente trabajo surge como resultado de la experiencia desempeñada como profesor del Departamento de Historia del Arte en la Escuela de Arte y Superior de Conservación de Bienes Culturales de León, con el fin de aunar criterios en relación a la presentación de los informes generados tras las intervenciones de restauración de obras, por los alumnos de las Enseñanzas Artísticas Superiores en Conservación y Restauración de Bienes Culturales. La obra fue cedida por la Fundación Edades del Hombre para su intervención en el centro.

1. FASES DEL ESTUDIO HISTÓRICO ARTÍSTICO

A. DESCRIPCIÓN DEL BIEN CULTURAL

Comprende un somero análisis tipológico de la obra, así como información de cada una de las partes que la conforman y una breve alusión a la temática de la misma. Incluye una breve ficha técnica, alusiva a aspectos tan relevantes como el título, la tipología, localización, identificación iconográfica y análisis descriptivo, identificación física, y datos histórico-artísticos (autoría, cronología, estilo y escuela de la pieza).

B. ORIGEN HISTÓRICO

Se requiere el rastreo de fuentes bibliográficas y documentales como principales puntos de partida para su elaboración, analizando la procedencia, así como el cometido de su encargo, labor de promoción, ubicación y materialización artística de la pieza. Se hará especial hincapié en reconstruir la historia viva de la obra analizando los diferentes propietarios de la misma hasta su ubicación actual.

C. ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

La iconografía es considerada una disciplina cuyo objeto de estudio se centra en la comprensión de las imágenes, para ello se hace necesario el seguimiento de una metodología basada en el estudio de los niveles iconográfico (contenidos temáticos afines a las figuras o los objetos figurados, poniéndolo en conexión con las fuentes escritas y la tradición cultural) e iconológico (significado intrínseco o dimensión profunda de la obra). Para ello se utilizarán las fuentes o modelos iconográficos de inspiración clásica, bíblica o profana.

D. ANÁLISIS MORFOLÓGICO Y ESTILÍSTICO

Para realizar dicho análisis, se pretenderá describir el aspecto externo de la obra, partiendo del tipo de material, soporte, técnica y procedimientos de ejecución, para continuar con el examen detallado de las formas representadas. Como características básicas a incluir se han de destacar aspectos relacionados con la composición, la perspectiva, el estudio de la luz y el color. En relación al estilo o corriente artística a la que pertenezca, se tendrá en cuenta el contexto en el que se realiza la obra, extrapolando las circunstancias histórico-artísticas en que se gestó. Finalmente, partiendo del análisis iconográfico, se incluirá el estudio comparativo con otras obras de la misma autoría, círculo, corriente o época en que se encuadre la obra.

E. CAMBIOS DE UBICACIÓN Y/O PROPIEDAD

La importancia de establecer los diferentes cambios de ubicación que ha sufrido la pieza, será un aspecto condicionante para conocer de primera mano las posibles alteraciones o modificaciones acaecidas. Para ello y en la medida de lo posible, será de obligado cumplimiento documentar tales cambios.

F. RESTAURACIONES Y/O MODIFICACIONES EFECTUADAS

La existencia de intervenciones previas en la obra, serán recogidas y documentadas en este apartado, incidiendo en el acierto o desacierto de las mismas.

G. EXPOSICIONES

Se hará constar su actual ubicación o depósito, analizando si la obra ha estado en exposiciones -motivación de su presencia en ellas- así como las condiciones sufridas durante sus traslados o estancias.

2. ESTUDIO HISTÓRICO ARTÍSTICO DE UNA PIEZA DE ARTES DECORATIVAS: EL RETABLO RELICARIO DE DOÑA ANA DE SOTOMAYOR, CAMARERA DE LA DUQUESA DE BERLANGA DE DUERO

A. DESCRIPCIÓN DEL BIEN CULTURAL

La obra a analizar se adscribe a la tipología de relicario cerrado por dos puertas abatibles que conforman un armario, cuyo interior alberga un micro retablo compuesto por un banco o predela con relieves hagiográficos y una impresión mariana, una parrilla de cincuenta tecas en las que se insertan las correspondientes reliquias, un friso de reminiscencias clásicas y un tímpano partido como remate.

La temática principal se centra en imágenes alusivas a la anunciación en las puertas exteriores, sobre los anagramas de la Virgen y de Cristo, representándose en la parte interior un retrato de Santa María y otro de cuerpo entero de San José y el niño Jesús, en torno a los que se encastran un total de diez reliquias más por cada una. La figura de Cristo se ubica en el centro del relicario, a la vez que una escultura de pequeñas dimensiones preside la misma como remate.

FICHA TÉCNICA

1. TÍTULO

Retablo relicario.

2. TIPOLOGÍA

Arquitectura lignaria.

3. LOCALIZACIÓN

3.1. Provincia: Soria.

3.2. Municipio: Berlanga de Duero.

3.3. Inmueble: convento.

3.4. Ubicación: capilla.

3.5. Propietario: convento de la Purísima Concepción, Madres Concepcionistas Franciscanas de Berlanga de Duero, Soria.

3.6. Demandante del estudio: Fundación Edades del Hombre. Monasterio Santa María de Valbuena. San Bernardo, Valbuena de Duero, Valladolid (España) 47359.

4. IDENTIFICACIÓN ICONOGRÁFICA / ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Armario relicario cerrado por dos puertas abatibles, cuyo interior alberga un micro retablo compuesto por un banco o predela con relieves hagiográficos y una impresión mariana, una parrilla de cincuenta tecas en las que se insertan las correspondientes reliquias, un friso de reminiscencias clásicas y un tímpano partido como remate.

Su programa iconográfico se centra en imágenes alusivas a la anunciación en las puertas exteriores, bajo los anagramas de la Virgen y de Cristo, representándose en la parte interior un retrato de Santa María y otro de cuerpo entero de San José y el niño, en torno a los que se encastran un total de diez reliquias más por cada una.

La figura de Dios Padre preside el centro del relicario, junto a una escultura de pequeñas dimensiones, relacionada con la donante de la obra, aparece ubicada en el remate del mismo.

5. IDENTIFICACIÓN FÍSICA

5.1. Materiales y técnica: madera tallada, dorada, estofada y policromada.

5.2. Dimensiones: 119 x 83,9 x 15,5 cm.

5.3. Inscripciones, marcas, monogramas y firmas:

- Firma “Doña Ana de Sotomayor” en el reverso de la lámina de cobre de Cristo, ubicada en la parte central del retablo relicario.
- Anagramas “IHS” y “MAR” en las puertas exteriores.
- Oración “ECCE ANCILLA DOM(INI)” en la escena de la anunciación.

6. DATOS HISTÓRICOS-ARTÍSTICOS

6.1. Autor/es: desconocido.

6.2. Cronología: h. 1578.

6.3. Estilo: renacimiento clasicista.

B. ORIGEN HISTÓRICO

La pieza que nos ocupa procede del convento de la purísima concepción, adscrita a las madres concepcionistas franciscanas de la localidad de Berlanga de Duero, en Soria; congregación fundada el 21 de junio de 1547 por doña Juana Enríquez de Ribera y Portocarrero, segunda mujer de don Juan Sánchez de Velasco y Tovar (1529-1540) I marqués de Berlanga de Duero². Villa ducal que había experimentado desde principios del siglo XVI un intenso proceso de transformación, pasando de ser una villa medieval a una ciudad renacentista, todo ello bajo el poder de la familia Fernández de Velasco³.

El linaje de los Fernández de Velasco está ampliamente emparentado con la realeza desde el siglo XIV, cuando Enrique II les entrega la villa de Medina de Pomar, comenzando así su dominio territorial, atesorando posesiones en Burgos, Logroño, Palencia y Álava. En el siglo XVI, la renovación de Berlanga de Duero viene de la mano de los condestables de Castilla, auténticos promotores de la construcción del Palacio Ducal y de la remodelación de la Colegiata de Santa María, ambos proyectados por el arquitecto Juan de Rasines⁴.

Doña Juana Enríquez de Rivera, como fundadora, ejercía una gran capacidad de decisión sobre la congregación, llegando incluso a influir en la elección de la madre superiora. Una orden en la que llegaron a ordenarse numerosas damas de la nobleza y realeza castellana, como el caso de su hija doña Bernardina de Tovar, que ingresó al convento a la edad de diez años.

Será su hermano, don Íñigo Fernández de Velasco y Enríquez (1540-1585), condestable de Castilla y II marqués de Berlanga, casado en primeras nupcias con doña María Girón y en segundas, con doña Ana Ángela de Guzmán y Aragón, quien lleve a cabo un apoyo promocional en el convento a través de donaciones a la orden. Fruto de este matrimonio nacen don Pedro Sánchez de Tovar y Velasco (1585-) III marqués de Berlanga, quien fallece sin descendientes; don Juan Fernández de Velasco Tovar y Guzmán (1550-1613), IV marqués de Berlanga, doña Juliana Fernández de Velasco y

² El papa Paulo III concede bula pontificia el 15 de octubre de 1542, para llevar a cabo su fundación.

³ Esther ALEGRE CARBAJAL. “Prestigio, ciudad y territorio. El papel de Berlanga de Duero dentro de la estructura de poder de los Velasco, duques de Frías”, *Tiempos modernos*, vol. 6, nº 18, 2009, pp. 1-21.

⁴ Begoña ALONSO RUIZ. *Arquitectura tardogótica en Castilla: Los Rasines*, Santander: Universidad de Cantabria, 2003, pp. 195-213.

Aragón, y doña Isabel Fernández de Velasco y Aragón, ambas monjas profesas del convento.

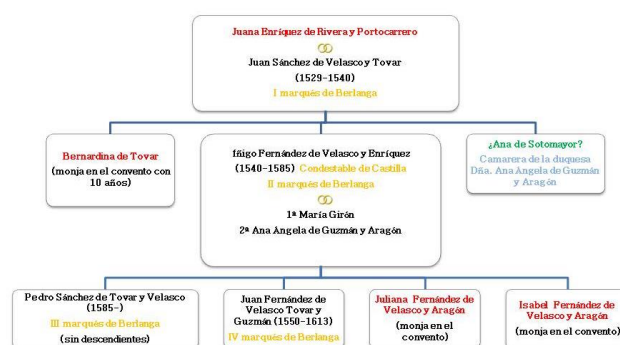


Fig. 1. Genealogía de los marqueses de Berlanga de Duero. Obra del autor.

Su segunda esposa, doña Ana Ángela de Guzmán y Aragón, será el nexo de unión con la protagonista de la ejecución material del relicario, doña Ana de Sotomayor, camarera de la duquesa y esposa de don Martín Ladrón de Garibay. La casa de Garibay entronca sus orígenes en la figura de doña Juana de Garibay, señora de la casa y fundadora del vínculo y mayorazgo de ella en el año 1569. Contrajo matrimonio con Francisco Ibáñez de Alvis, natural de Oñate, y murió sin sucesión en 1583; le heredó su sobrina doña Ana María de Garibay, hija única de don Martín Ladrón de Garibay y doña Ana de Sotomayor, el cual, don Martín Ladrón, fue, a su vez, hijo natural de don Ladrón de Garibay⁵.

Pocos años gozó de su herencia doña Ana María, pues falleció en 1586, a los 18 años de edad, sin sucesión ni haberse casado; al extinguirse con ella el tronco de Garibay, pasando esta casa con su vínculo y mayorazgo a la rama de Galarza.

Como promotora del relicario, doña Ana de Sotomayor, camarera de la duquesa de Berlanga de Duero, relacionada con la Casa de Velasco y Tovar, lo encargaría a un artista foráneo de primera magnitud, muy probablemente y con motivo de la muerte de su marido, don Martín Ladrón de Garibay en 1578, para ensalzar la figura de la heredera, doña Ana María de Garibay de 10 años (1568-1586), heredera universal y sucesora de la Casa de Garibay desde 1583 hasta 1586.



Fig. 2. Genealogía de la Casa de Garibay. Obra del autor.

⁵ José DE AIZQUIBEL; Juan Antonio MOGUEL; Esteban DE GARIBAY Y ZAMALLOA. "Memorias de Garibay" en *Memorial histórico español: colección de documentos, opúsculos y antigüedades, que Real Academia de la Historia*, t. 7, Madrid, 1854, pp. 13-18.

Es por ello que, nos encontramos ante una obra concebida para ensalzar la figura de doña Ana María de Garibay, heredera universal y sucesora de la Casa de Garibay, por parte de doña Ana de Sotomayor, su madre, promotora e impulsora del relicario, quien aprovechando su posición social como camarera de la duquesa de Berlanga de Duero, encargó la obra a los mismos maestros que trabajaron en otro de los relicarios que los duques encargaron para el convento de las Concepcionistas Franciscanas, entendido como el lugar de devoción y retiro de los condestables de Castilla y sus descendientes. Ambas obras perseguirían perpetuar el linaje de dos casas nobiliarias de fines del Renacimiento en España; la Casa de los Velasco-Tovar y la Casa de los Garibay.



Fig. 3. Conjunto de relicarios del convento de la Purísima Concepción de Berlanga de Duero, Soria.

Formando parte de las dependencias del convento, articulado en estancias de clausura, una amplia huerta e iglesia conventual, destaca una capilla junto a la misma, en la que se custodiaba dicho relicario⁶.

C. ANÁLISIS ICONOGRÁFICO

La iconografía de todo el conjunto presenta concordancia entre sí, las partes que la integran son de carácter religioso, a excepción de la escultura de pequeñas dimensiones que remata el relicario.

Este tipo de obras, en algunas ocasiones han hecho referencia a las reliquias que los contienen mediante la representación de ese santo, aunque no es nuestro caso, porque contiene reliquias de santos y santas, si bien destacamos las imágenes de San Francisco de Asís y de Cristo, ya que ambos aparecen representados en el relicario y tenemos constancia de sus reliquias.

Los retablos relicarios se concibieron para aumentar el número de feligreses, es decir adquirir un carácter devocional, en este caso, existen tres tipos de representaciones: la anunciación, representada como símbolo de pureza virginal, en estrecha relación con la ideología de las madres concepcionistas, que creían en la castidad de la Virgen. Por otro lado, aparecen imágenes devocionales de la Virgen, San José con el niño y Cristo, considerados pilares sobre los que se construye la iglesia, representados sin formar una escena, por lo que la propia imagen era el símbolo de oración y ejemplo; y, por otro lado, las propias reliquias, que representan la iglesia militante, ejemplos a seguir, mediante restos de mártires, santos y santas, relacionados

⁶ Uno de los aspectos ornamentales más relevantes del convento, es el tímpano románico policromado de piedra arenisca, que da acceso a la Iglesia, donde se representa la figura del pantocrátor, rodeado de cuatro ángeles que portan los símbolos de los cuatro evangelistas, y a ambos lados se disponen las figuras de la Virgen y el arcángel San Miguel, siendo una representación muy similar a la del tímpano de Santo Domingo de Soria.

con la fe y el sacrificio por la iglesia.

Los lienzos del exterior de las puertas, representan la escena de la anunciación en el interior de una estancia acomodada, donde la Virgen se ve sorprendida por el arcángel San Gabriel. La secuencia se basa en siguiente relato del Evangelio de Lucas: “...y entrando el ángel en donde ella estaba, dijo: ¡Salve, muy favorecida! El Señor es contigo; bendita tú entre las mujeres. Mas ella, cuando le vio, se turbó de sus palabras, y pensaba qué salutación fuese esta. Entonces el ángel le dijo: María, no temas, porque has hallado gracia cerca de Dios. Y he aquí, concebirás en tu seno, y parirás un hijo, y llamarás su nombre JESÚS... el ángel, le dijo: el Espíritu Santo vendrá sobre ti, y el poder del altísimo te cubrirá con su sombra; por lo cual también el Santo Ser que nacerá, será llamado Hijo de Dios” (Lc 1:28-38).

El diálogo entre ambos queda reflejado en una inscripción latina, “ECCE ANCILLA DOMI” (he aquí la esclava del señor), remarcando la aceptación por parte de María de su destino como madre del hijo de Dios.

La escena cuenta con un referente directo en la obra del pintor Alessandro Allori (1525-1607), cuyo éxito a nivel europeo fue tal que encontramos múltiples representaciones muy similares en uno de los retablos colaterales del Hospital Simón Ruiz Embito de Medina del Campo, actualmente en el Museo de las Ferias de la misma localidad, otra en el Monasterio de San Lorenzo del Escorial de Madrid o en el Museo Nacional de Escultura de Valladolid.



Fig. 4. Comparativa de la anunciación que aparece en el exterior del retablo relicario y la obra de Alessandro Allori, copia dell'annunciazione della annunziata di firenze, 1590-1610. Museo Masaccio, Reggello.

En cuanto a la placa de la virgen que aparece en la puerta interior derecha, alude a un retrato de pequeño formato de Santa María, prototipo de “Verónica Mariana”. Representada en un primer plano como protagonista de la imagen, no presenta referencia espacial alguna en los fondos, por lo que se convierte en una imagen plenamente devocional, reforzada por unos haces solares a modo de nimbo dorado. El manto que lleva es de color azul, símbolo de piedad y virginidad de María, junto a la toca blanca bajo él, que refuerza la idea de pureza, ejemplo de virtud, humildad y sacrificio.

La pintura, ubicada en la puerta interior izquierda, representa la imagen de San José portando de la mano al niño Jesús, en su papel de padre y guía durante la infancia, mientras que en su mano izquierda porta la vara, como referencia a su condición de artesano carpintero. El niño aparece con nimbo, para señalar su condición divina, y

portando una cruz de madera. Se trata de una escena naturalista, reduciendo los símbolos religiosos y centrándose en la imagen de padre e hijo, contando como marco con un paisaje que sirve como mero escenario.

En la puerta exterior derecha, bajo el lienzo con la representación del arcángel, se representa el monograma del nombre de Jesucristo “IHS” (abreviatura de la expresión latina *IesHuS*, “*Iesus Hominum Salvator*”, Jesús salvador de los hombres.) bajo una pequeña cruz, símbolo del martirio, dentro de un círculo en forma de sol, como probable alusión a la sagrada forma de la eucaristía. El monograma IHS aparece en los primeros siglos de nuestra era, a partir del nombre griego de Jesús *Ἰησοῦς* (en mayúsculas *ΙΗΣΟΥΣ*), del que procedería la abreviatura *IHΣ*, siendo sustituida la sigma final por la S, pero permaneciendo la letra griega, por su similitud con la H latina.

En la puerta exterior izquierda, bajo el lienzo de la representación de la Virgen María, aparece el monograma de la Virgen María “MAR” (abreviatura de la expresión latina *Maria*), a partir del nombre griego *Μαριάμ*, dentro de un círculo rodeado de rayos solares que en ambos casos pudiera simbolizar la Sagrada Forma, símbolo de la divinidad y lo iluminado.

En el banco del retablo se disponen cuatro placas en relieve de bronce, con las representaciones de imágenes marianas y diferentes Santos, inspiradas todas ellas en obras maestras de la pintura o la escultura, muchas veces transmitidas a través de estampas.

La primera imagen de la derecha es la de la Inmaculada Concepción, símbolo del dogma Concepcionista, cuya representación viene a reforzar la posibilidad de que los monogramas de las puertas puedan hacer referencia a las órdenes jesuíticas y concepcionistas. Se trata de la Virgen sobre una media luna, en una mandorla, rodeada por un coro de ángeles y coronada con estrellas, entendida como un símbolo de origen mitológico que hacía referencia a la virginidad de la diosa griega Diana y que el cristianismo lo toma como símbolo de la pureza de la Virgen.

La segunda, alusiva a la imagen de San Juan Bautista, aparece cobijada por la inscripción “NON SUR EXIT MAIOR”, extraída del Evangelio de San Lucas, 7:28. Va vestido con una piel de carnero, con el cordero sobre un libro en la mano izquierda y una vara en cuyo extremo del bastón aparece una filacteria, en la que solía figurar: ECCE AGNUS DEI, He aquí el cordero de Dios.

La tercera, constituye una excepción en el conjunto, ya que, al perderse la placa broncea original, presenta una imagen impresa, en la que figura la Virgen con el niño en sus brazos, enmarcada por una cenefa decorada con elementos vegetales y formas que simulan engastes de pedrería, sobre una cartela en la que reza: “QVAM PULCHRA ES AMICA MEA, QVAM PULCHRA ES” (cuán bella es, amiga mía, cuán bella es). Tres atributos definen esta iconografía, el libro de los evangelios que sostiene el Niño con su mano izquierda y la cruz y la estrella que ornán el manto de la Virgen.

Esta pintura sobre papel, es una de las numerosas copias del famoso icono de María “*Salus Populi Romani*” que se conserva en la capilla Paulina de la basílica de Santa María la Mayor de Roma, mandada construir para albergar esta imagen por el papa Pablo V en 1605 y que los investigadores datan de fines del siglo X.



Fig. 5. Comparativa de la pintura sobre papel del retablo relicario y el icono de María "Salus Populi Romani", capilla Paulina de la basílica de Santa María la Mayor, Roma.

La cuarta, representa la imagen de San Antonio de Padua, como joven imberbe vestido con el hábito franciscano, ceñido con cordón y con ancha tonsura monacal. Uno de sus atributos más comunes es la presencia del libro abierto, en este caso en un segundo plano, a su derecha. Con la mano izquierda porta un libro en el que está sentado el niño Jesús y en la derecha el crucifijo, símbolo de la pasión. A su izquierda aparece una calavera, símbolo de la vanitas, y en el suelo, junto a él, un látigo con el que se infligiría su martirio.

La quinta y última es la de San Francisco de Asís, como fundador de la orden franciscana. Viste el hábito de la orden, con capuchón largo y cordón nudoso ceñido, barba corta y ancha tonsura monacal. Su atributo personal son las cinco llagas impresas en los pies, manos y el costado, sin embargo, aparece representado en este caso, arrodillado y rezando delante de un calvario, a cuyos pies se dispone de nuevo la calavera como símbolo de la vanitas y un libro de oración abierto sobre la roca, como si el tiempo se hubiese suspendido en un momento místico durante la oración. Junto al libro, y sobre la roca, de nuevo el látigo para fustigarse en señal de penitencia.

Este tipo de placas, contaron con una gran difusión en el Renacimiento, realizándose numerosas copias de las mismas, con el fin de favorecer la irradiación de modelos iconográficos de santos prototípicos de la fe católica, como el caso del santo titular de la orden franciscana.



Fig. 6. Representación de San Francisco de Asís en el retablo relicario y una placa del mismo santo de finales del siglo XVI. Fundación Lázaro Galdiano, Madrid.

La imagen central de todo el conjunto que aparece inserta en el centro de la parrilla, es la de Cristo con la bola del mundo entre sus manos. Una representación que queda asociada a la frase “Ego sum lux mundi”, de la biblia Vulgata, de larga tradición en la historia del arte, en la que en este tipo de representaciones relacionan a Cristo con su papel redentor de la humanidad.

En el reverso aparece la firma de “Doña Ana de Sotomayor”, pieza principal en el encargo de la obra, quien como camarera de la duquesa de Berlanga y esposa de don Martín Ladrón de Garibay, mandaría su ejecución. Una obra que ensalzaría la figura de su hija, doña Ana María de Garibay, materializada en la representación de una pequeña niña en la cúspide del retablo, sentada en un sillón y vestida con un faldellín brocado hasta el cuello. Su principal función sería la de aparecer en la obra, a modo de exvoto, con el fin de pedir por la salud de la representada, como heredera universal y sucesora de la Casa de Garibay.

Este tipo de imágenes las encontramos en numerosos retratos de niños e infantes españoles de finales del siglo XVI e inicios del XVII, tal es el caso del retrato de las infantas Isabel Clara Eugenia y Catalina Micaela por la pintora Sofonisba Anguissola en el año 1570 o en el retrato doble del pintor Alfonso Sánchez Coello, fechado hacia 1575.



Fig. 7. Escultura de Ana María de Garibay en el ático del retablo relicario.



Fig. 8. Retrato de las infantas Isabel Clara Eugenia y Catalina Micaela por la pintora Sofonisba Anguissola, 1570. Palacio de Buckingham, Londres.

D. ANÁLISIS MORFOLÓGICO Y ESTILÍSTICO

Históricamente el relicario se convirtió en un elemento fundamental del culto religioso, respondiendo su uso durante la Edad Media a prácticas devocionales y convirtiéndose tras el Concilio de Trento (1545-1563) en una parte importante del culto cristiano.

Su diseño fue evolucionando con el paso del tiempo, acorde a las corrientes estilísticas imperantes en cada momento, presentando, en el caso de los armarios con reliquias, dos tipologías distintas: en una de ellas el interior se divide en varios cuerpos y encasamientos, adoptando diversas formas, mientras que el segundo tipo, está constituido por estantes, dentro de los cuales se colocan los distintos relicarios.

Este tipo de piezas devocionales, más pequeñas y con un carácter más íntimo, permanecían cerradas y eran abiertas cuando se iba a proceder al rezo, sirviendo además de guía en el camino espiritual del fiel, ya que las reliquias y representaciones que encontramos se corresponden fundamentalmente con Santos y Santas.

Estilísticamente presenta formas clasicistas “a lo romano”, propio de los retablos romanistas de finales del siglo XVI, y su ornamentación queda reducida a la mínima expresión, predominando las formas claras y puras, concentradas en motivos vegetales de las pilastras, el friso y el frontón, así como añadidos a base de estrellas en la hornacina superior y el fondo del armario.

Un claro referente lo encontramos en una de las ilustraciones del Libro IV del tratadista italiano Sebastiano Serlio, cuya edición princeps fue impresa en Venecia en 1537 y cuya revisión de la edición castellana fue realizada por Francisco de Villalpando (Toledo, 1552).

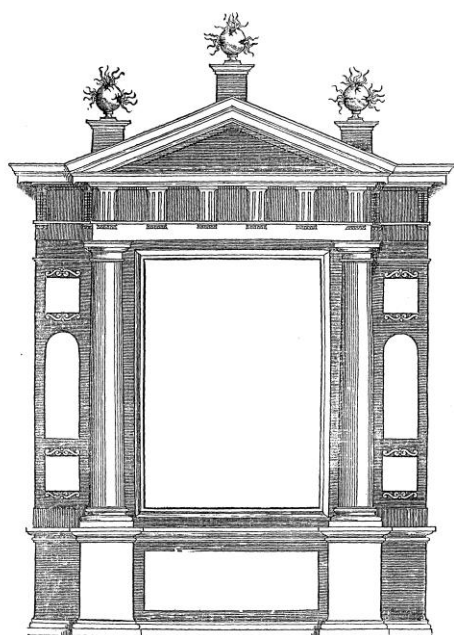


Fig. 9. “De la orden dórica”. *IV Libro de Arquitectura* de Sebastiano Serlio. Imagen XXX. Revisión de Francisco de Villalpando y edición de Iván de Ayala. Toledo, 1552.



Fig. 10. Retablo relicario de doña Ana de Sotomayor, h. 1578.

Estructuralmente está formado por dos piezas independientes: la caja del armario y el propio retablo relicario. La caja de armario está realizada en madera de pino rojo, presentando diversas policromías con técnicas de dorado y óleos, cuyas medidas son 119,5 cm de alto, 83,8 de ancho y 14,5 de profundidad.

La estructura de madera del cajón está compuesta de tablas unidas por cola de milano, mientras que el tablero del fondo se une mediante espigas de madera.

La caja presenta en su interior un temple azulado muy pobre en aglutinante, sin preparación, y sobre él se encuentran adheridas de manera inadecuada, una serie de estrellas doradas realizadas en papel.

El reverso de la caja de armario presenta la madera vista. Los laterales, así como el anverso de las puertas se han decorado con un marmoleado sobre capa de preparación de sulfato cálcico, y pintura al óleo, una técnica grasa realizada a base de pigmentos de tonalidades verdosas aglutinados con aceite. Estas áreas presentan una capa de protección gruesa a base de goma laca y barnices.

Se cierra con dos puertas, en cuyo anverso se encuentra claveteado un lienzo, realizado al óleo, dividido en dos partes y enmarcado en todo su perímetro por unas molduras de madera doradas. El anverso original de las puertas presenta el mismo marmoleado de la caja del armario, y en el centro de las mismas los anagramas de Cristo y de la Virgen, también realizados al óleo.

Las puertas se unen a la caja del armario mediante unas bisagras en la parte inferior; y unos herrajes metálicos tanto en la inferior como en la superior. Éstas en su origen estaban unidas a la caja mediante anclajes metálicos, aunque posteriormente se sustituyó uno de ellos, añadiéndose una bisagra.

Como detalle ornamental, en la zona inferior de la puerta izquierda, se localiza decoración vegetal y la figura de un ave muy estilizada.

Tales puertas están realizadas, cada una de ellas, por una tabla de madera de pino rojo, en cuya parte interna prácticamente toda la superficie se ha decorado a través de la técnica del estofado. Dicha técnica se ha elaborado mediante varias capas de preparación a base de sulfato cálcico, agua y cola de conejo, aplicada en sucesivas y finas capas. Sobre esta preparación se aplicó bol rojo, el dorado al agua y por último un temple magro de color verde. Para llevar a cabo la decoración del estofado, se utilizó un elemento de punta roma que marcaba las líneas ornamentales, para a continuación eliminar el sobrante de temple, de hecho, ha quedado constancia de dichas marcas.

En el interior de cada una de ellas, se han realizado diez encasillamientos que presentan un temple pobre en aglutinante a base de minio, sobre capa de preparación de yeso, para albergar las veinte reliquias. La puerta derecha presenta una pintura sobre cobre con la imagen de la Santa María y la izquierda una pintura sobre tabla, con la de San José y el Niño, ambas enmarcadas por una moldura dorada.



Fig. 11. Puertas interiores (derecha e izquierda) del retablo relicario.



Fig. 12. Virgen María, óleo sobre cobre.

La representación de la Virgen María está hecha en óleo sobre una lámina de cobre de 17,7 cm de alto por 13,4 cm de ancho. Esta pintura no presenta capa de preparación y está realizada al óleo, es decir, mezcla de los pigmentos con un aglutinante a base de aceites, normalmente de origen vegetal.

Está realizada con una gran maestría sobre un fondo verde, el manto en tonos azules y amarillo de Nápoles, mostrándonos un rostro de la Virgen con gran preciosismo y detalles, a través de unas carnaciones de gran calidad. En cuanto a la capa de protección se han empleado distintos barnices, de los que diferenciamos uno para el área del rostro, y otros para la toca de la Virgen y el resto de la obra.

La imagen alude a la representación de la Virgen como “verónica mariana” y cuenta con una clara similitud con otra que aparece en el retablo relicario de San Francisco, de finales del siglo XVI, contemporáneo a éste y ubicado en la misma capilla del convento⁷.



Fig. 13. Retrato de Santa María, del retablo relicario de San Francisco.

Esta tipología presenta la imagen mariana como ejemplo de virtudes, cuyo atuendo a base de tonos azules y blancos, refleja el valor de la virginidad, acentuado ornamentalmente con la presencia de un lujoso broche.

Los pliegues del hábito se disponen de forma natural, dejando entrever el reflejo de la luz en el lateral izquierdo del tejido, en consonancia con los haces de luz que emanan de la aureola.

Las carnaciones de los pómulos y los labios, enfatizan un mayor naturalismo y una sensación de candidez propia de estos momentos, mientras que de la mirada emana un sentimiento de piedad y serenidad que acaba por transmitir al fiel.

Ambas imágenes, si bien pudieron salir de una misma mano, suponen un prototipo común para dos de los relicarios conservados en el convento, aunque el que nos ocupa es de mejor calidad estética.



Fig. 14. San José y el niño Jesús, óleo sobre madera.

La representación de San José y el Niño, está realizada mediante dos tablas de madera unidas a unión viva, que conforman un único panel de 18,7 cm de alto por 13,7 cm de ancho. Esta pintura está ejecutada al óleo sobre una capa de preparación blanca a base de sulfato cálcico, que se puede observar a través de alguna laguna presente en el manto de San José. También se puede observar un fondo oscuro, probablemente perteneciente a la tabla, a través del celaje en el área superior izquierda del paisaje que actúa como fondo de la composición. Toda la superficie se encuentra protegida a través de barnices.

Esta imagen, representa la relación paterno filial como imagen de “exempla” cristiano, en la que San José, retratado con barba y nimbo sobre su cabeza, aparece siguiendo con su mirada al niño, al que agarra con su mano derecha en señal de protección, mientras se apoya con la izquierda en una vara. El niño porta en su mano una cruz como preludio de la pasión, mientras mira en señal de admiración y respeto a su padre.

Esta obra es de una factura diferente a la descrita anteriormente, por lo que posiblemente fuese ejecutada por otro maestro.



Fig. 15. Cristo, óleo sobre cobre.

La imagen principal con las que se completa el relicario es la situada en el centro de la parrilla, donde se representa la imagen de Cristo con la bola del mundo. Una obra realizada al óleo sobre una lámina de cobre de 22,7 cm de alto por 17 cm de ancho, que no presenta capa de preparación, mientras que el óleo, así como la decoración dorada sobre la cabeza, se realiza directamente sobre la lámina

⁷ Mariano CASAS HERNÁNDEZ. “Retablo relicario”, en *Paisaje interior. Las Edades del Hombre*, Soria, 2009, pp. 366-369.

de cobre.

Cristo, con la bola del mundo entre sus manos, representa la imagen de la salvación y la redención de los fieles a través de su veneración. Representado como un joven barbado en un interior, sobre cortinaje verde, vestido con manto azul y saya rosa, junto a una aureola que emana de su cabeza, símbolo de la redención.

En la zona central y superior de la obra encontramos un orificio, evidencia que nos podría indicar que habría formado parte de otra obra. Presenta una capa de protección realizada a base de diferentes capas de barnices, que han actuado de manera diferente en distintas partes de la obra, como por ejemplo en el manto o en los ojos, donde el barniz ha sido absorbido por la capa pictórica.

En el reverso de la lámina, aparece la firma de doña Ana de Sotomayor y está hecha con tinta ferrogálica, compuesta por ácido tánico, sal de hierro o de vitriolo, goma arábica y agua, actuando de mordiente.



Fig. 16. "Doña Ana de Sotomayor" firma en el reverso de la lámina de cobre.

En el exterior de las puertas del relicario se disponen dos lienzos, cuyo origen sería una única obra que se muestra dividida en dos para adaptarla a las puertas. Representa el pasaje de la anunciación, de manera que cada uno de los personajes, la Virgen y el arcángel San Gabriel cubren cada una de las puertas.

Como soporte de estos lienzos nos encontramos un tejido realizado con lino, con una trama tupida. El ligamento, de trama cerrada, está realizado con la técnica del tafetán, es decir, a través del entrecruzamiento alternativo de un hilo de urdimbre y otro de trama, lo que nos presenta un tejido con dos caras iguales.

El lino, en origen utilizado para este soporte, es una planta de la familia de las lináceas cuyas fibras textiles se obtienen por maceración del tallo y están constituidas, casi en su totalidad, por celulosa. En todo el soporte, y sobretodo en su perímetro, no observamos los orillos del tejido, por lo que apreciamos que han sido recortados para su adaptación a las puertas.

La capa de preparación de ambos lienzos, se ha aplicado iniciando con una capa impermeabilizante a base de cola de conejo para sellar los poros del tejido y así obtener una superficie lisa. Esta capa no se ha aplicado de manera correcta en toda la superficie, ya que en algunas zonas podemos observar por el reverso que la capa de preparación ha traspasado el soporte.

La capa de preparación está realizada con una técnica a base de sulfato cálcico con cola de conejo, agua, y algún pigmento que le aporta una tonalidad oscura, aplicada en sucesivas y finas capas. Una vez finalizada, se lijó para facilitar la adhesión de la pintura al soporte y unificar el aspecto de las superficies. Aunque era habitual la elaboración mediante cargas de sulfato, blancas y espesas, en este caso nos encontramos una preparación coloreada, al estilo de los países meridionales de Europa. Esto se debería a la necesidad del autor, de cumplir una unción estética que contribuyese al juego del claro-oscuro, minimizando de algún modo el efecto de la polimerización que

vuelve más transparente el óleo⁸.

Sobre la capa de preparación se llevaría a cabo el dibujo de las figuras realizadas a través de carboncillo, con precisión y minuciosidad. Este hecho lo confirmamos porque en el reverso de estos lienzos observamos dos dibujos a carboncillo que representan un busto desnudo de un hombre y un niño. Se tratarían de dos estudios anatómicos realizados por el autor sobre este soporte, como mero ejercicio de representación gráfica en los que aparecen un hombre en actitud de penitencia que podría aludir a la representación de un santo o personaje religioso ante su martirio y el cuerpo de un niño arrodillado, vestido con una gola, en actitud observadora.

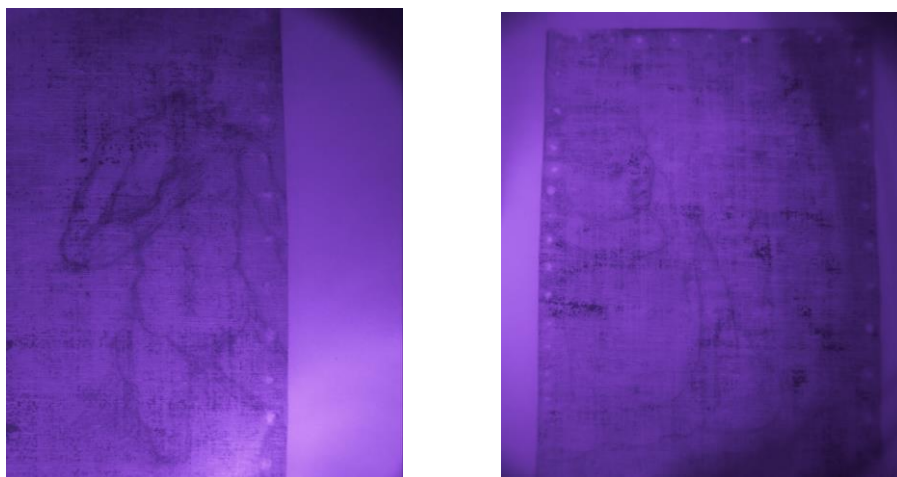


Fig. 17. Vistas ultravioletas de las figuras del penitente y el niño arrodillado aparecidas en el reverso de los lienzos del retablo relicario.

También se realizan con exactitud los dibujos de los nimbos ayudándose de un compás, cuyo orificio de apoyo encontramos en la frente de la Virgen y del Arcángel Gabriel.

La técnica utilizada es de nuevo el óleo, es decir, mezcla de los pigmentos con un aglutinante a base de aceites secantes, generalmente de linaza, nueces o adormidera. Los pigmentos utilizados son tierras verdes y marrones, con una factura digna de una escena religiosa desarrollada en el interior de una estancia acomodada, donde la Virgen, nimbada y en actitud obediente, aparece sentada, ricamente ataviada con un manto forrado de armiño y el arcángel San Gabriel, rodeado de rayos dorados y coronado con nimbo, irrumpe con el anuncio. Mientras que en la esquina superior derecha del lienzo aparece una paloma, símbolo del Espíritu Santo, entre nubes llenas de luz.

El dorado de los lienzos se encuentra únicamente en la zona de los nimbos, para el que se aplicó una cama de asiento muy fina, al tratarse de un dorado sobre lienzo, a través de bol. En este caso el bol es una arcilla muy fina de color rojo por el óxido de hierro, que se aglutina con cola animal y se hace visible en algunas áreas por el desgaste de las láminas metálicas. Seguidamente se han adherido finas láminas de oro, sobre las cuales se aplicó la decoración de los nimbos con pintura al óleo, en este caso en un tono tierra oscura.

La capa de protección que poseen ambos lienzos está constituida a base de sucesivas manos de barnices, que en principio dotarían a la obra de brillo y preservaría

⁸ Ana CALVO. *Conservación y restauración. Materiales, técnicas y procedimientos. De la A a la Z*. Ed. Serbal, Barcelona, 1997. Relaciona la coloración intencionada de las preparaciones con un sentido estético, buscando efectos de la pintura, sobretodo para las que se realizaban en tonalidades rojas durante el siglo XVII.

de diversos agentes de deterioro, pero que como veremos en el estado de conservación actualmente no estaban en buen estado.

En el perímetro de los lienzos y a modo de ajuste y decoración de las puertas nos encontramos unas molduras de madera de pino policromadas en dorado sin preparación, es decir, colocado directamente sobre el soporte, posiblemente a través de una cola animal.

Dentro de cada teca de las puertas se sitúan diez reliquias que se encuentran sobre un soporte de documento gráfico, adherido a base de colas, directamente sobre la madera. Se trata de una serie de papeles, cartones, e incluso naipes, pegados y prensados con cola animal, a modo de “papelote”, con una última capa de papel o pergamino en la que encontramos la decoración.

Como particularidad de los fragmentos utilizados como envoltorio de las reliquias, destaca el hecho de recoger en ellos cuentas de gastos de la comunidad, cartas, contratos de obras, relaciones de rentas del convento, inventarios de alhajas de nuestra señora y de joyas existentes en la sacristía, memorias de los objetos personales y donaciones dejadas por las hermanas de la congregación. Fueron realizados entre 1619 y 1682, siendo mayordomos de la comunidad personalidades como Hernando García de Cándamo o Sebastián Ruiz de Villegas y madres abadesas como Magdalena de la Peña, Magdalena Martínez de Mendoza, Úrsula de Ribas, Francisca de Carbajal, Ana Rodero y Mendoza, Ana María Velázquez o María de Fuenmayor. Constituyen por tanto un testimonio inédito de la historia “viva” de la pieza y por ende del propio convento, del que no conservamos documentación alguna, perteneciente a este momento.

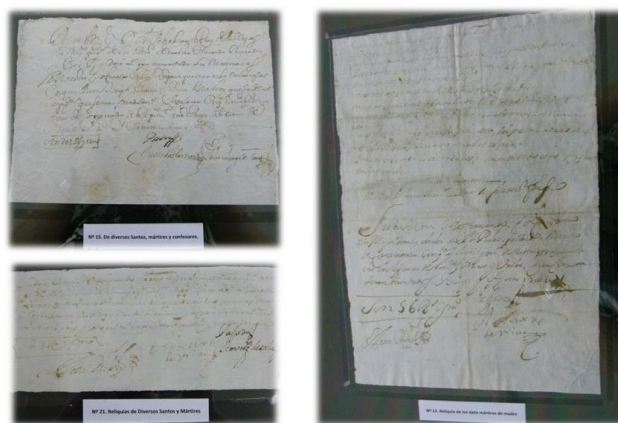


Fig. 18. Fragmentos utilizados para envolver las reliquias del retablo relicario alusivos a contratos de obras de la comunidad.

Cada reliquia, presenta una decoración con una cartela a modo de marco realizada a mano, cuyas letras son de caligrafía romana. La técnica utilizada es un temple de base acuosa y constan de coloraciones en tonos negros, dorados, azules y rojos. Estas cartelas, en su mayoría, están huecas en el centro, donde se ubica un trozo de tela de seda de color bermellón, sobre la que se disponen las diversas reliquias.

Cada una de ellas se corresponden con diferentes santos o mártires, y las composiciones de las mismas son de materiales muy diversos. Principalmente se muestran reliquias de hueso, pero también nos encontramos dientes (como por ejemplo en la reliquia de Santa Apolonia), textiles, e incluso madera, en el caso de un trozo del *lignun crucis*.

Las reliquias, están protegidas y cubiertas finalmente por vidrios traslúcidos, de estilo catedral, manufacturados en la misma época en la que se realiza el retablo relicario. Los vidrios actúan como un material barrera que protege las reliquias, y estos, al igual que las cartelas, poseen la misma forma que los encasillamientos.

En cuanto al relicario, la predela o basamento presenta cinco encasillamientos en los que se insertan cuatro relieves en bronce, así como la pintura sobre papel en el centro. Tales placas están realizadas con la técnica del moldeado en arena con un molde bivalvo, sobre el que se ha vertido la aleación de cobre y estaño. Una vez desmoldado las placas han sido retocadas con un buril para realizar pequeños detalles.



Fig. 19. Predela del retablo relicario.

En el cuerpo central se distribuyen cuarenta y seis reliquias, embutidas en encasillamientos de distinta morfología, que junto a las cuatro que se encuentran en los óculos del friso, hacen un total de cincuenta.



Fig. 20. Parrilla central del retablo relicario.

Un estilizado friso, formado por triglifos y metopas en las que se hallan cuatro óculos, deja paso al ático, que posee una estructura en forma de tímpano truncado con diferentes molduras y motivos decorativos tallados sobre él y en cuyo centro se dispone una caja de forma rectangular para albergar la figura de doña Ana María de Garibay, y que está rematada con otro tímpano más pequeño de diferentes decoraciones.



Fig. 21. Ático del retablo relicario.

Las columnas cajeadas adosadas al casillero y dispuestas de forma rectangular, albergan cinco reliquias cada una, cuya basa y remate poseen una similitud decorativa. Tales columnas, se corresponden con unos salientes moldurados, fruto del retranqueo de la predela.



Fig. 22. Columnas adosadas al casillero del retablo relicario.

En el reverso de la pieza nos encontramos con diferentes paneles de madera unidos mediante clavos metálicos, tales como la tapa del casillero central, y la tapa inferior de la predela, ésta última podría haber sido un añadido posterior ya que no presenta capa de policromía y además está realizada con otro tipo de madera.

Nos encontramos ante una obra concebida para ensalzar la figura de Doña Ana María de Garibay, heredera universal y sucesora de la Casa de Garibay, por parte de Doña Ana de Sotomayor, su madre, promotora, sufragadora e impulsora del relicario, quien aprovechando su posición social como camarera de la duquesa de Berlanga de Duero, encargó la obra a los mismos maestros que trabajaron en otro de los relicarios que los duques encargaron para el convento de las Concepcionistas Franciscanas, entendido como el lugar de devoción y retiro de los condestables de Castilla y sus descendientes. Ambas obras perseguirían perpetuar el linaje de dos casas nobiliarias de fines del Renacimiento en España; la Casa de los Velasco-Tovar y la Casa de los Garibay.

E. CAMBIOS DE UBICACIÓN Y/O PROPIEDAD

No se tiene evidencia de cambios en su ubicación original, permaneciendo desde un principio en el interior de la propia capilla del convento. Este hecho se puede corroborar por el testimonio que supone la acción directa del sol en una de las partes superiores del armario.

En cuanto a posibles alteraciones o modificaciones acaecidas en la pieza, existen elementos que, si bien no pueden aportar datos para la datación de la misma, sí que hablan de la vida de ésta a lo largo del tiempo, como el caso de la incorporación del lienzo de la anunciación a las puertas exteriores del armario; un hecho que puede vincularse con la proliferación de estas escenas en dípticos y otras obras de similares características.

F. RESTAURACIONES Y/O MODIFICACIONES EFECTUADAS

La obra ha sido objeto de restauración en la Escuela de Arte y Superior de Conservación y Restauración de Bienes Culturales de León entre los años 2010 y 2014, con motivo de la cesión al centro de la Fundación Las Edades del Hombre, trabajando en ella tres grupos de alumnado bajo la coordinación de una restauradora.

G. EXPOSICIONES

No se tiene constancia de que la obra haya estado en exposición alguna, debido a su carácter devocional y religioso, así como a su ubicación en una dependencia de cariz privado.

3. BIBLIOGRAFÍA

- Alegre Carvajal, Esther. “La configuración de la ciudad nobiliaria en el Renacimiento como proyecto ideológico de una élite de poder”, *Tiempos modernos. Revista electrónica de Historia Moderna*, vol. 6, nº 16, 2008, pp. 1-19.
- Alegre Carvajal, Esther. “Prestigio, ciudad y territorio. El papel de Berlanga de Duero dentro de la estructura de poder de los Velasco, duques de Frías”. *Tiempos modernos. Revista electrónica de Historia Moderna*, vol. 6, nº 18, 2009, pp. 1-21.
- Alonso Ruiz, Begoña. *Arquitectura tardogótica en Castilla: Los Rasines*. Santander: Universidad de Cantabria, 2003.
- Casas Hernández, Mariano. “Retablo relicario”, en *Paisaje interior. Las Edades del Hombre*. Soria: Fundación Edades del Hombre, 2009, pp.366-369.
- De Aizquibel, José; Moguel, Juan Antonio; Garibay y Zamalloa, Esteban de. “Memorias de Garibay” en *Memorial histórico español: colección de documentos, opúsculos y antigüedades, de la Real Academia de la Historia*, t. 7, Madrid, 1854, pp. 13-14.
- De Salazar y Castro, Luis. *Árboles de costados de gran parte de las primeras casas de estos reinos, cuyos dueños vivían en el año 1683*. Madrid: Imprenta de D. Antonio Cruzado, 1795.
- Duchet-Suchaux, Gaston; Pastoureau, Michel. *Guía Iconográfica de la Biblia y los santos*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- Estella Marcos, Margarita. “El retablo mayor de la basílica”, en *La escultura en el Monasterio del Escorial: actas del Simposium*, San Lorenzo del Escorial. Madrid: Instituto Escorialense de Investigaciones Históricas y Artísticas, 1994, pp. 103-140.
- Ferrando Roig, Juan. *Iconografía de los santos*. Barcelona: Ediciones Omega, 1999.
- Franco Silva, Alfonso. “Aportación al estudio de los señoríos sorianos. El caso de Berlanga de Duero y los Tovar”, *Mayurga: revista del departamento de Ciencias Históricas i Teoría de les arts*, t. 1, nº 22, 1989, pp. 255-268.
- Llamazares Rodríguez, Fernando. “Mecenazgo arquitectónico y pictórico de Juan de Aparicio y Navarro, de los Martínez de Aparicio y Martínez Rodrigo, en las localidades sorianas de Brías, Abanco y Burgo de Osma”, *Liño: revista anual de historia del arte*, nº 16, 2010, pp.33-46.
- Martínez Montero, Jorge. “Fuentes de información para el profesional de la Conservación-Restauración”, en *El Conservador-Restaurador de Patrimonio*

Cultural: nuevos retos del profesional ante la intervención de la obra de arte. León: Universidad y Fuescyl, 2013, pp. 245-259.

- Martínez Montero, Jorge; Cachaldora Rodríguez, Marcos. “Investigación e intervención: la restauración del retablo colateral de la iglesia parroquial de Cubillas de Rueda, León”, en *El Conservador-Restaurador de Patrimonio Cultural: experiencias de preservación e intervención en la obra de arte*. León: Universidad y Fuescyl, 2014, pp. 123-138.
- Martínez Montero, Jorge; Cachaldora Rodríguez, Marcos. “Restauración de la pintura de la divina peregrina: la investigación documental como aportación a la conservación”, en *El Conservador-Restaurador de Patrimonio Cultural: la conservación preventiva de la obra de arte*, León: Universidad y Fuescyl, 2015, pp. 157-178.
- Martínez Montero, Jorge; Cabezas Rodríguez, María; Mielgo Torices, Miguel. “Nuevas metodologías gráfico-digitales en la conservación y restauración de Bienes Culturales: el caso del retablo relicario de las setenta reliquias”, en *8^{as} Jornadas de Museología. Innovación en museos e instituciones culturales*, León: Fundación Sierra-Pambley, 2015 (en prensa).
- Martínez Montero, Jorge; Santos de Paz, Lourdes. *El Conservador-Restaurador de Patrimonio Cultural: instituciones educativas y profesionales para la conservación de bienes culturales*. León: Universidad, 2016.
- Montes, José María. *Los Santos en la historia. Tradición, leyenda y devoción*. Madrid: Alianza Editorial, 2008.
- Ramallo Asensio, Germán. “Reactivación del culto de las reliquias en el barroco. La catedral de Oviedo y su cámara Santa en 1639”, *Liño: revista anual de historia del arte*, nº 11, 2005, pp.77-91.

(Julio 2017)

FALTA DE VISIBILIDAD DEL PATRIMONIO NATURAL: ÁRBOLES PATRIMONIALES DEL PARQUE DE LA ALAMEDA – QUITO, ECUADOR.

Ramírez, Francisco

Docente investigador, Pontificia Universidad Católica de Ecuador (PUCE), Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes (FADA), Quito, Ecuador, rframirez@puce.edu.ec

Crespo, Consuelo

Docente investigadora, Pontificia Universidad Católica de Ecuador (PUCE), Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes (FADA), Quito, Ecuador

Londoño, Juan Pablo

Estudiante, Pontificia Universidad Católica de Ecuador (PUCE), Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes (FADA), Quito, Ecuador

RESUMEN:

Mientras en otros ámbitos y geografías, la gestión de los recursos patrimoniales, pasa por una conservación de sus estructuras, y junto con esta, el desafío de incorporar al turismo a la causa de la conservación, en nuestra ciudad de Quito, aún persiste el problema de la falta de visibilización, para propios y extraños, de estos recursos patrimoniales.

La propuesta que aquí se presenta es la de activar el espacio público perteneciente a los Árboles Patrimoniales del parque La Alameda, por medio de la expresión artística de otro patrimonio en ocasiones desapercibido, el cultural tradicional, como forma de participación de la comunidad circundante al parque.

“La ciudad no es solo una agrupación de volúmenes contruidos, calles, etc. ni una sociedad de individuos, sino que es la organización de estructuras sociales.” (Delgado, Manuel. *El espacio como ideología*).

Esta convivencia entre patrimonio natural, es decir el Árbol Patrimonial (AP), con el patrimonio cultural vivo, expresada con la participación de la comunidad, resignifica al AP, y construye un espacio público sostenible, como la unidad de un sistema de espacios, desplegados en la ciudad y que se articulan físicamente y en el imaginario, por medio de circuitos turísticos, constituyendo el dinamizador de economías locales.

PALABRAS CLAVES:

Patrimonio, árbol patrimonial, espacio público, imaginario urbano, comunidad, arte participativo.

METODOLOGÍA APLICADA:

- *Relacionalidad Comunicativa*, parecer teórico que interrelaciona una problemática “X” con una “Y” permitiendo conciliar paradigmas distintos. En este caso, interrelaciona el AP como un concepto institucionalizado, con el patrimonio

intangible vivo en la expresión artística de la comunidad cercana al AP y que está en constante movimiento y transformación. (CABRERA Pablo, 2015)

- *Hologramas Espaciales*, propuesta metodológica abierta a la interpretación espacial en dos planos: uno, el del lugar como realidad localizada y otro, el del lugar como realidad desplegada en una red de lugares interconectados a través de lo vivido, que puede integrar lugares distantes. (GARCÍA CANCLINI, 1997).

PATRIMONIALIDAD

Algunas consideraciones en cuanto a la categoría de patrimonialidad, que reivindica la responsabilidad de la comunidad de ir construyéndola permanentemente y usándola de forma responsable, pues el futuro también se hereda.

Patrimonio es aquello que remite a lo que una generación recibe de otras anteriores como herencia, lo que se puede transmitir, y, por extensión, todo aquello que un grupo humano, o también un individuo, reconoce como propio, como apropiado y como apropiable, y en lo que se resume su sentido de la identidad. (DELGADO Manuel, 2006)

El patrimonio sirve principalmente para que los seres humanos tengan un cierto sentido de la continuidad; un proverbio holandés dice: no heredamos la tierra de nuestros padres sino que la tomamos prestado de nuestros hijos.

El patrimonio por tanto no es solamente el pasado, de ese grupo humano que tal grupo reclama como propio; también es el futuro. El futuro también se hereda. Así, tanto en la dimensión pre figurativa como la post figurativa, el patrimonio no puede ser sino usado, es su uso y no otra cosa que su uso" (DELGADO Manuel, 2006)

CONTEXTO URBANO

Con el fin de ubicar el contexto de esta propuesta, describimos a la ciudad de Quito, como un territorio que se extiende por el lado oriental del volcán Pichincha, (área de 12.000 Km²) en la hoya del río Guayllabamba, su clima es temperado húmedo, temperatura promedio anual 14°C, precipitación anual en el sur de Quito de 1.900 mm y en el norte de Quito de 700mm.

Su longitud de 40 kilómetros y su ancho promedio de cuatro kilómetros, unida a su particular ubicación geográfica la hace única, pues el valle de Quito está en una zona tropical, sobre la línea ecuatorial entre la Cordillera de los Andes y la Cordillera Oriental, formadoras del Gran Cinturón de Fuego del Pacífico, es decir en el cruce de dos líneas: una imaginaria divisoria del planeta en dos mitades y la otra tectónica y volcánica.

El valle de Quito igual que todos los valles de la sierra ecuatoriana hace muchos años estaban cubiertos de bosque montano, cuyo rango altitudinal está entre los 2000 y 4000 msnm, (Lozano P., Anhalzer J. 2006), ahora ya casi desaparecido, únicamente presente en los lechos y taludes de las quebradas, que son el último relictos de la flora y fauna andina, este tipo de vegetación incluye la ceja andina o vegetación de transición entre el bosque y el páramo, que recoge a una importante avifauna.

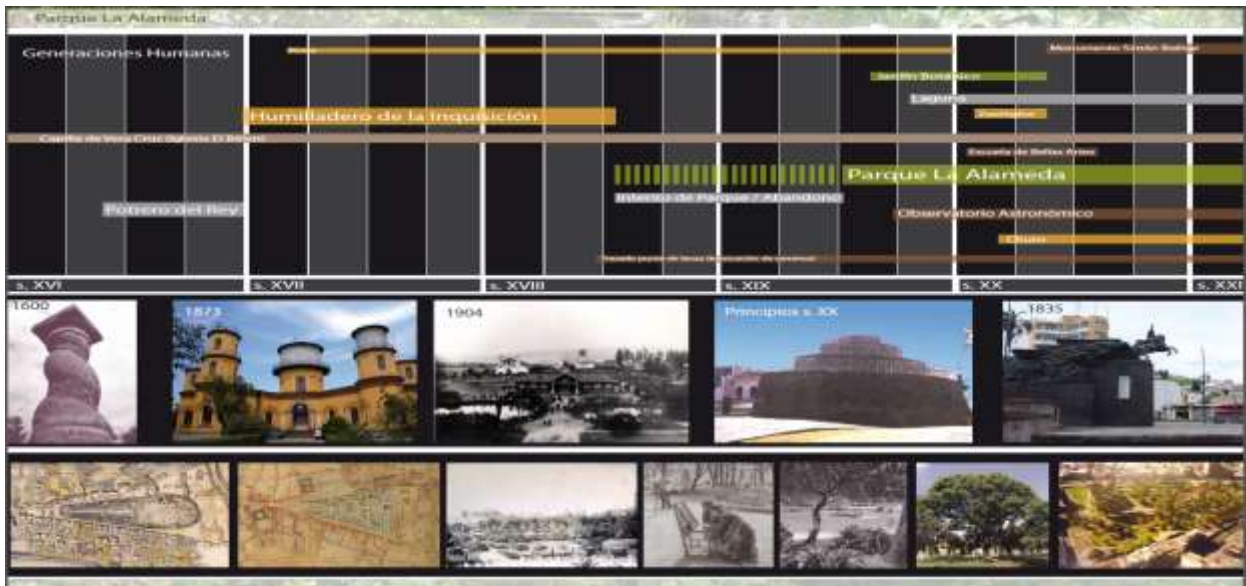
El paisaje del Quito de nuestros días, que es el lugar donde se desarrolla esta investigación, es el resultado de las transformaciones dadas a lo largo de su existencia, desde épocas inmemoriales precolombinas pasando por el fuerte proceso de urbanización

en la década de los 70' del siglo XX, hasta la expansión dada hacia las laderas del Pichincha, a los valles de Tumbaco, Cumbayá, Los Chillos y a las planicies al norte y sur de la meseta central.

La UNESCO en noviembre de 1978 declaró al Centro Histórico de la ciudad de Quito, como Patrimonio Cultural de la Humanidad, la peculiar belleza de sus conventos coloniales, iglesias, calles y plazas, la hacen uno de los monumentos vivientes más importantes del continente.

Sin embargo esta zona central de la ciudad; que en otra hora fuera núcleo de desarrollo económico, social y cultural; ha ido sufriendo un claro deterioro y abandono. Este deterioro se manifiesta también en los parques emblemáticos históricos como La Alameda, El Ejido y El Arbolito. En un afán de recuperar el espacio público, la presente propuesta se desarrolla en el parque La Alameda.

Imagen 1: Línea de tiempo parques La Alameda & El Ejido.



Fuente: elaboración del autor

ANTECEDENTES

En la, *Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, cultural y natural*. 1972, la UNESCO define al árbol patrimonial como “los monumentos naturales constituidos por

formaciones físicas y biológicas con un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico”.

El presente trabajo, se apoya en el inventario en marcha de los Árboles Patrimoniales que de la ciudad de Quito ha realizado el “Jardín Botánico de Quito”-JBQ, desde el año 2006, tomando como parámetros, el cumplimiento de al menos una de estas siguientes categorías:

Que los árboles sean por lo menos de 100 años de edad

Que históricamente estén relacionados con hechos importantes de la ciudad. Es decir los atributos culturales y sociales con los cuales se vincula el árbol patrimonial.

Que sean particularmente estéticos en cuanto a la estructura de su tronco y follaje.

Que como especie estén en peligro de extinción.

ESPACIO PÚBLICO - ESPACIO CIUDADANO

Esta definición de los AP como “monumento”, refleja una posición anacrónica respecto a la ciudad y sus nuevas dinámicas. Ya Baudrillard, nómada habitante de un universo gestual, cuando se refiere a las “cosas” habla ya de objetos-evento, es decir como sucesos, en razón de que dejan de ser objeto para convertirse en un acontecimiento, más aún en la inmediatez del manejo de la imagen en nuestras ciudades.

En realidad, ese espacio público es el ámbito de lo que Lukács Ética y determinismo en el pensamiento de Goerge Luckas (Sobre la relación entre Sociedad y Literatura), hubiera denominado *cosificación*, puesto que se le confiere la responsabilidad de convertirse como sea en lo que se presupone que es.

El espacio público es una de aquellas nociones que exige ver cumplida la realidad que evoca y que en cierto modo también invoca.

El parque de La Alameda, espacio símbolo de una época de la ciudad, y contenedor de 67 AP, ha devenido únicamente en señalética para el ciudadano de Quito, cuyos espacios interiores albergan historia pero también un alto índice delincucional (“Crimen y espacio Público”, Secretaria de Seguridad y Gobernabilidad, DMQ-OMSC, Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana, 2009), entre cuyas recomendaciones está la de poner en debate la centralidad otorgada a la comunidad barrial (en tanto organización y escala de trabajo) dentro de las políticas de seguridad.

“El lugar por excelencia donde ocurren permanentemente sucesos, acontecimientos, es el espacio público, que no es otra cosa que la posibilidad de reunir en una producción interminable e indeterminada de lo social” (Manuel Delgado, LO COMUN Y LO COLECTIVO)

Si la ciudad es un hecho productor de sentido (Borja, Jordi), los parques emblemáticos, se constituyen en oportunidades para resignificar esos espacios, pasando de la visión como museos estáticos y abandono, hacia la constitución de espacios públicos sostenibles, pues una ciudad es sobretudo un campo de significaciones. Esta es la materia prima de la que está hecha la experiencia urbana. (DELGADO M, 2011)

El parque de la Alameda se encuentra emplazado en el tradicional barrio de San Blas, de la ciudad de Quito, lo cual incrementa la relevancia de este lugar como caso de estudio debido a la gran cantidad de cambios, tanto en su disposición física como en el imaginario urbano que este parque ha generado en los ciudadanos. Pero, a pesar de esta relevancia, se puede decir que las personas que comparten este espacio simplemente han renunciado voluntariamente a gran parte de su identidad. La Alameda, que alguna vez fuera jardín botánico sede de exhibiciones y premiaciones artísticas al igual que escenarios socio-políticos e incluso de conflictos armados, es ahora un parque de uso cotidiano reducido, activado de vez en cuando por un evento especial y que en ninguno de los casos rememora la verdadera herencia que posee.

Dirigida por esta condición, la propuesta es, en esencia, la búsqueda de recuperar, repotenciar y visibilizar claramente esta importancia histórica de La Alameda. Poder devolverle el carácter de un espacio público donde mande el intercambio comunicacional espontáneo generalizado. Donde el patrimonio cultural, histórico y natural tan vasto que posee esta zona coexista con las dinámicas colectivas de la comunidad. Y que ésta, recupere la conciencia perdida de lo que todos han heredado de generaciones pasadas y se entienda la importancia de conservarlo.

El conocer el desarrollo del territorio en torno a este icónico parque quiteño, permitirá poner en contexto la propuesta de activación de su espacio público.

TERRITORIALIZACION

Antecedentes de la Alameda

Quito, como otras ciudades andinas, fue impuesta a los pobladores indígenas durante la colonia, trazada en forma de cuadrícula ortogonal cuyo esquema se desarrolló en las urbes occidentales para establecer el orden y el control público, creando “un espacio de disputa y sincretismo” entre los antiguos pobladores y los colonizadores (TERAN R, 1991). La geografía marca la disposición de la ciudad entre el Pichincha al occidente, el Panecillo al sur, el Itchimbía al oriente y en el lindero norte, “Los Potreros del Rey”, en cuya explanada se libró una batalla entre realistas y encomenderos por el liderazgo del Virreinato del Perú (1546). Este hito importante para el afianzamiento de las colonias fue el lugar donde se acordó la construcción del paseo de La Alameda (1596). Jorge Salvador Lara en “Don Isaac J. Barrera”, describe como Quito del siglo XVIII transcurre en:

Edificios, pobreza y miseria, criollos y chapetones, curas y monjas, usos y costumbres, vestidos, fiestas, teatro, toros, fandangos, aventuras, escándalos y tantas cosas de la vida de la entonces pequeña ciudad de 25 000 habitantes.

Desfilan los primeros planos de la ciudad (y) la Academia Pichinchense (es el primer cenáculo intelectual. (SALVADOR LARA, 2010)

En 1736 es cuando finalmente se consolidó el paseo de La Alameda gestionada por la Academia Pichinchense. Sin embargo, quedó en el olvido hasta 1853 cuando, García Moreno en su afán modernizador compró los terrenos y los cedió a la Politécnica para la investigación y experimentación. Construyó del Jardín Botánico, permitiendo algunos sitios para el pastoreo y sembríos. En 1875 construyó el Observatorio Astronómico como parte de un proceso de transformación y modernización de la ciudad con fuertes matices

europizantes de carácter cultural y científico que, contrastan con el control monacal que por otro lado imponía, vigilando la moral y la familia (KINGMAN E, 2006).

En la segunda mitad de los años setenta del siglo XIX el Ilustre Municipio de Quito se hace cargo de la administración del parque (MONCAYO, 2002).

Los modelos que sirvieron de base a la construcción del Observatorio Astronómico en la Alameda, la Escuela de Artes y Oficios (y) el Panóptico (...) fueron traídos de Europa. (...) Se trataba de un movimiento hacia la modernización de los patrones arquitectónicos, relacionado principalmente con el ornato. (KINGMAN E, 2006).

En 1892, durante el periodo del presidente Antonio Flores, en la Alameda se ofrece la Exposición Nacional de Artes Plásticas durante la presidencia de Juan José Flores, a los cuatrocientos años del descubrimiento de América, donde posteriormente se instalaría la Escuela de Bellas Artes, como un signo de la apertura de la urbe a la cultura y al arte.

Esta Escuela se ubicó al principio en el pequeño pabellón de madera situado en la Alameda, en: *Bellas Letras y Literatura científica e industrial*, hacen referencia a sus inicios: "Comenzó con no más de veinte alumnos entre hombres y mujeres." (SALGADO M y CORVALAN C, 2002)

En 1909 se realizó la Exposición Nacional en el Kiosco de la Alameda para conmemorar los 95 años de la independencia de la República, en época del presidente Eloy Alfaro. La construcción del imaginario del Estado Nación se realizó a partir de cargar de significados a los lugares y a los eventos y la Alameda por su lugar estratégico en el crecimiento de la capital cumplía este objetivo. Dentro de estas contradicciones y aciertos, "hacia el norte (de Quito) crecían las ciudades jardín de los sectores aristocráticos y profesionales" (SALGADO M y CORVALAN C, 2002), convirtiéndose la Alameda como el símbolo de modernidad y de cultura.

Para agosto de 1915, se convocó la Tercera Exposición anual de Bellas Artes, en cuyo Reglamento se exponía el programa de dicha exposición, en la cual por primera vez se añadiría a los salones de Pintura, Escultura, Arquitectura, los de Artes Gráficas y Complementarias (...) y Artes Retrospectivas (...). A raíz de esto, se instaura en 1916 el Premio de Arquitectura en la exposición anual de Bellas Artes que se llevaba a cabo en el "kiosco de La Alameda" cada 10 de Agosto. (SALGADO & CORBALÁN, 2002).

En el mismo año se construye un "invernáculo, junto al Observatorio Astronómico, con plantas importadas desde París", además de las plantas endémicas del país, y en 1934 se construye el monumento ecuestre del Libertador Simón Bolívar. (MONCAYO, 2002 lugar emblemático para la constitución del Estado Nación.

El parque como dispositivo urbano que en algún momento fue un activador de sentidos y un articulador de la funcionalidad moderna, que operó como un organizador de lo social y de lo cultural que, sin embargo, se transformó en un mecanismo de separación y distinción. (BOURDIEU, 1998) Entendiendo que: "la mayoría de la población de Quito -

analfabeta y poco secularizada- no había incorporado los discursos, representaciones e imaginarios de la nación propuesta” (SALGADO & CORBALÁN, 2002).

Se trataba de un proceso complejo y contradictorio de integración de distintos órdenes (...) dentro de un proyecto común, en buena parte imaginado. (KINGMAN Eduardo, 2006).

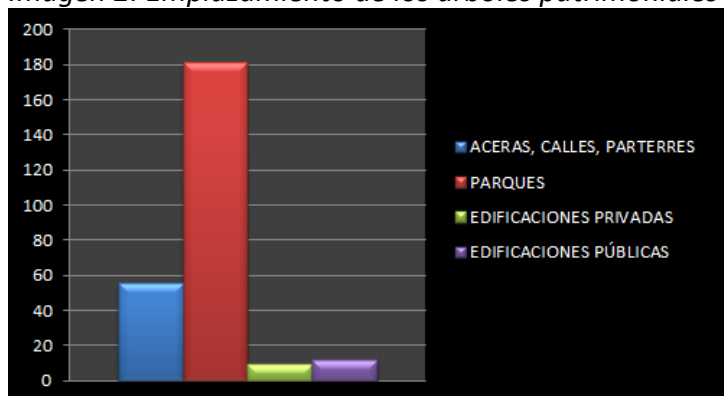
La reinención de la nación sería el resultado de un proceso relativamente largo en el que se habían comprometido, sobre todo, las capas ilustradas, tanto liberales como conservadoras, pero en el que, de uno u otro modo, se iría involucrando el resto del “pueblo”. (KINGMAN Eduardo, 2006).

La Alameda con el tiempo ha ido perdiendo el sentido de lugar estratégico, de articulador de sentidos y de funciones y se ha convertido en un lugar de paso, un espacio de transición del centro al norte y viceversa, que produce inconvenientes en el crecimiento de la ciudad. La priorización de la ciudad a los automóviles, ha convertido a la Alameda, como a otros lugares verdes de la ciudad un lugar de transición, cuyos accesos se vuelven difíciles para los ciudadanos. La ciudad como una fórmula moderna priorizó el espacio funcional sobre el espacio “existencial y afectivo” (MADERUELO Javier, 2008) de sus habitantes. Quito se produce como una ciudad moderna que es regulada desde el Estado y su incapacidad de producirse como una ciudad de diálogo e interacción entre sus diferencias étnicas, sociales y culturales y el sobrecogedor paisaje natural.

ARBOLES PATRIMONIALES DE LA ALAMEDA

Para ponerlo en contexto, la investigación, definió la presencia de los AP en cuatro áreas diferentes: aceras, calles y parterres; parques; edificaciones privadas; y edificaciones públicas. Así: Árboles Viarios, Árboles ubicados en parques; y, Árboles ubicados al interior de edificaciones públicas y privadas.

Imagen 2: Emplazamiento de los árboles patrimoniales en la ciudad de Quito.



Fuente: elaboración del autor

El parque de La Alameda, alberga en su interior a 68 Árboles Patrimoniales, entre los que destacamos PLATANACEAE, *Platanus acerifolia*, (platanes), CUPRESSACEAE, *Platanus acerifolia*, (cipreses), MYRTACEAE, *Eucalyptus sp.* (Eucaliptos), ARECACEAE, *Parajubaea cocoides* (palma de Quito), ARECACEAE, *Jubaea chilensis*, (palma chilena) entre otros.

Imagen 3: Arboles Patrimoniales en el Parque la Alameda.



Fuente: elaboración del autor

Imagen 4: Densidad de Arboles Patrimoniales por Espacio.

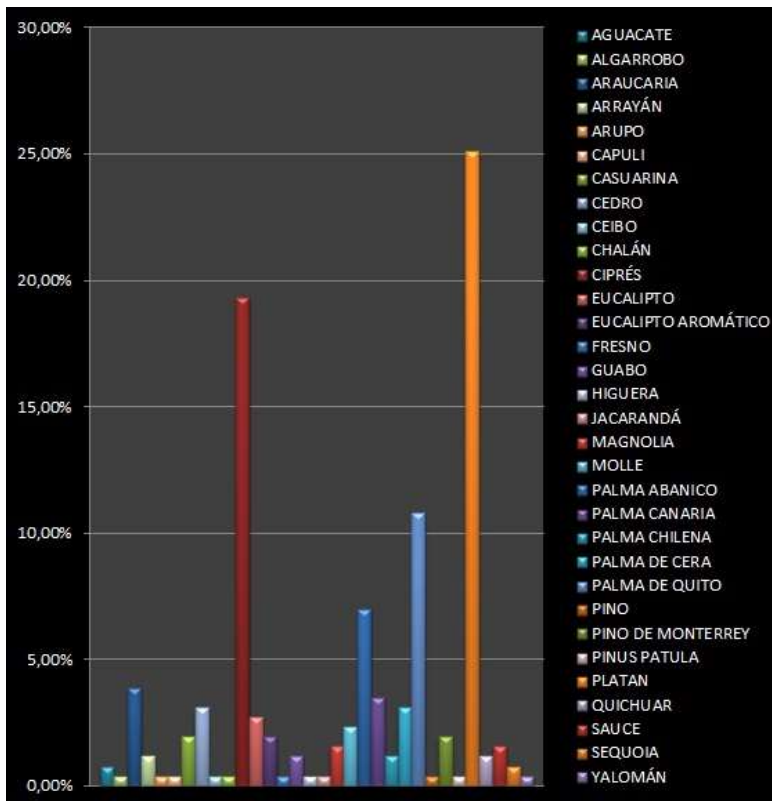
DENSIDAD DE ÁRBOLES PATRIMONIALES POR ESPACIO				
LUGAR	SUPERFICIE (m ²)	NÚMERO DE ÁRBOLES	m ² /ÁRBOL	ÁRBOL/Ha
Parque La Alameda	54021	67	806,28	12,41
Parque El Ejido	138164	84	1644,81	6,09
Parque El Arbolito	75163	17	4421,35	2,27
Parque La Carolina	621764	13	47828,00	0,21
Parque Las Cuadras	243315	5	48663,00	0,21
Plaza Grande	9200	3	3066,67	3,26

Fuente: elaboración del autor

El poco cuidado y seguimiento técnico a los árboles en general, no han permitido una mayor población de Arboles Patrimoniales.

El parque de la Alameda, se muestra como el de mayor densidad: 12,41 Arboles Patrimoniales por hectárea, posiblemente obedezca esto a la designación como el primer Jardín Botánico de Quito, pues además tiene la mayor variedad de especies, las mismas que llegan a 13, de las cuales la más abundante es el PLATANACEAE *Platanus acerifolia* (platán) y la ARECACEAE *Parajubaea cocoides* palma de Quito o coco cumbi.

Imagen 5: Tipos de Especies Vegetales de los Arboles Patrimoniales en Quito.



Fuente: elaboración del autor

AVIFAUNA

La presencia de la avifauna, tiene como factor determinante la especie del árbol, la ubicación del mismo, el entorno y el clima; por ejemplo hay tipos de aves que se han adaptado muy bien a la ciudad, se los puede ver no solamente en árboles, sino también en cables de luz, o en construcciones, como es el caso de la golondrina o el mirlo grande, por mencionar algunos.

Uno de los indicadores más fuertes del estado de un ecosistema, así como de espacios públicos y parques, es la presencia de las aves ya que ellas son de los más sensibles a los factores ambientales. En el parque se puede ver la golondrina, el mirlo grande, el quinde, entre otros.

Se trata también de una constante migración, iniciando su viaje desde las laderas del Pichincha, descansando y alimentándose en los parques urbanos, y seguir su recorrido pasando por los Valles de Quito, como es el caso del picaflor, el quilico, el azulejo pechiclaro, entre otros. (CARRIÓN, J. M., 1986).

Para tener una visión más específica de lo que sucede en los Parques Urbanos, se prepararon también mapeos de sensaciones en cada uno de ellos, éste mapeo nos ayuda a tener una percepción más cercana del lugar.

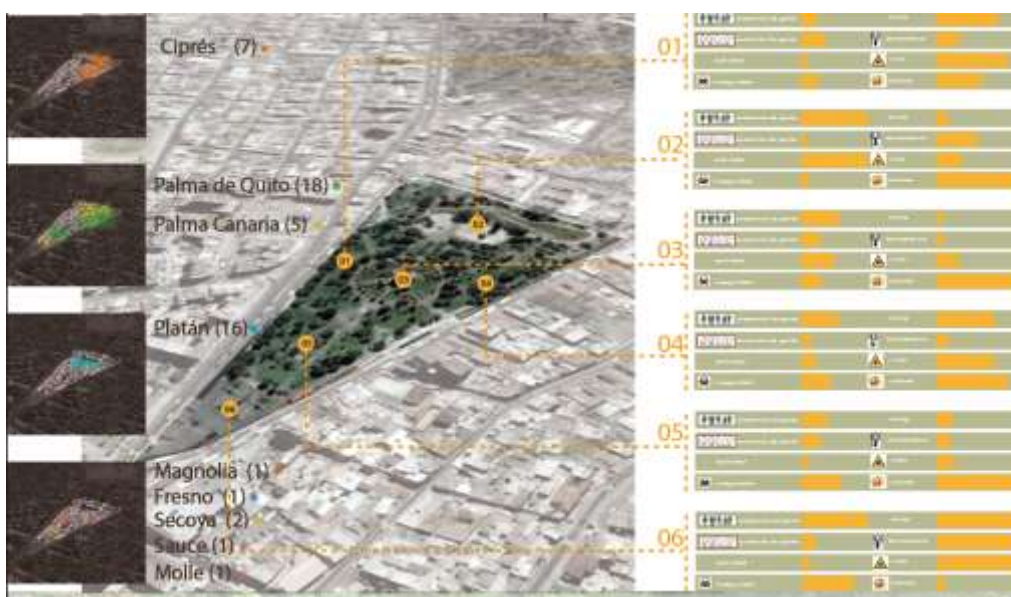
Imagen 6: Ubicación de especies de aves en Quito.



Fuente: elaboración del autor

Fuente: elaboración del autor

Imagen 7: Sensaciones en La Alameda.



Fuente: elaboración del autor

SU INFLUENCIA EN LAS ARTES

Imagen 8: Pintura Puente Alameda. Pintor Paul Bar



Fuente: archivo del autor.

La ciudad representada desde las artes, interpreta y modifica esos imaginarios urbanos, nos trae a nuestros días el testimonio del sentir ciudadano de las distintas temporalidades. Es el caso de nuestros pintores como José Enrique Guerrero, Luis Moscoso, Oswaldo Guayasamín, Felipe Guamán Poma de Ayala, por mencionar algunos, con obras que datan desde el siglo XVI hasta nuestros días, generaciones enteras dedicadas a testimoniar y representar lugares y actividades humanas generadas en los entornos naturales y urbanos, siempre con la presencia de la luz cenital que en esta latitud genera marcada división entre luz y sombra.

Por ejemplo, Pedro León, pintor quiteño, (cuadro “La Alameda con el Observatorio”, 1944, óleo/tela, 58.5x69cm, Museo de Antropología y Arte Contemporáneo, Guayaquil), Toma como tema el puente del parque La Alameda, el mismo que es recibido por los platanos en primer plano y al fondo el Observatorio Astronómico Nacional.

El pintor Paul Bar, (cuadro “El puente de La Alameda”, óleo/tela, 55x65cm, Museo del Banco Central del Ecuador, Quito), registra a la laguna en primer plano que refleja a los eucalipto y los platanos, al fondo el Pichincha con sus parcelas agrarias próximas a la ciudad.

El acuarelista Muñoz Mariño, (cuadro “La Alameda”, acuarela, 1997), donde se aprecia en primer plano las casuarinas, ubicadas al borde occidental del parque La Alameda, hacia la Av. 10 de Agosto

PROPUESTAS URBANAS DE VISIBILIZACION DEL PATRIMONIO METODOLOGÍA

En este acercamiento a la ciudad y a sus lugares, utilizamos el método de los hologramas espaciales ya que son un recurso metodológico que busca hacer emerger *imaginarios urbanos* que cuentan la ciudad y sus fragmentos, de formas peculiares. El holograma

espacial es una propuesta metodológica abierta a la interpretación espacial en dos planos: uno, el del lugar como realidad localizada y otro, el del lugar como realidad desplegada en una red de lugares interconectados a través de lo vivido, que puede integrar lugares distantes. (GARCÍA CANCLINI, 1997).

En la propuesta, interesa el desafío de identificar y demarcar estos hologramas en relatos de vida de habitantes y/o transeúntes de los distintos lugares y fragmentos de la ciudad. El trabajo metodológico del estudio inicia con la producción de relatos de vida de distintos actores, con una componente espacial explícitamente incorporada por el narrador en su discurso. (GARCÍA CANCLINI, 1997).

Por esta razón recurrimos a las entrevistas a personas que “habitan” los entornos inmediatos al A.P. Del mismo modo que un locutor se apropia de lo que dice en un discurso oral, así también el peatón o el visitante se apropia de aquello que resulta ser su referente (DE CERTAU, 1996).

Estas historias anónimas recogen otra perspectiva del árbol, no solo como un árbol más a nivel urbano, sino como un componente fundamental de su vivir diario, como el generador de espacios de reunión, todo a un nivel de convivencia cotidiana.

Como línea base, se dispuso del análisis de veinte de los 168 AP registrados en los tres parques, su aproximación visual, estudio de los componentes del contexto como: planos, ángulos visuales, infraestructura, cielo, vegetación, su influencia paisajística, estudio del entorno inmediato en planta y alzado, relación con otros árboles y con el entorno construido.

El análisis gráfico consiste en la abstracción en línea pura de la esencia del lugar, la determinación de las líneas compositivas principales, secundarias y envolventes del paisaje, así como también estudio de planos de profundidad de su entorno inmediato, su localización en un plano general de la ciudad y otro plano vecinal del entorno del árbol. Incorporado a este análisis está también una reseña histórica del territorio en cuestión.

Parte de este análisis se registra en una galería fotográfica con reminiscencia del sitio y detalles de texturas, se plantea un recorrido visual, de aproximación al árbol desde sitios de flujos peatonales y vehiculares frecuentes, recogido en fotografías.

Dentro de esta línea base, consta la descripción y análisis de la implantación y corte arquitectónico del entorno inmediato al árbol, así como el peso en la composición del paisaje de cada uno de los elementos que la integran, recogido en el análisis de la cuadrícula de las imágenes captadas del árbol y su entorno.

Al estudio particular del árbol se aplica una ficha de campo en formato A4 que ha sido diseñada para el efecto y que recoge datos técnicos y también datos de los usuarios de los lugares con árboles patrimoniales, como, ocupación, horarios, sensaciones, narradas por los mismo habitantes de la zona, a quienes se les pidió también que realicen un dibujo de su percepción del árbol patrimonial, constituyendo esto un imaginario urbano, a tomar en cuenta en nuestra investigación. (RAMIREZ F, 2016)

La investigación también se ha apoyado en la representación del espacio próximo al A.P. por medio de representaciones pictóricas, fotografías de archivo y entrevistas a historiadores, biólogos y paisajistas.

También se apoya en estudio de observación directa *in situ* y bibliográfico de la presencia de avifauna en el A.P., lo cual depende mucho también de un factor determinante como es la proximidad o no a entornos ricos en flora, por ejemplo jardines de casas, o zonas aledañas.

ACTIVACION DEL ESPACIO PÚBLICO

El espacio público trasciende la idea de contenedor de cosas en un paisaje previo, es más bien un “relato” o un guión donde suceden acontecimientos. El espacio público, y el bien patrimonial contenido en él, debe ser parte de una geografía de la porosidad. (YORI, Carlos, 2002)

Para plantearnos el proyecto artístico activador del espacio público, debemos transparentar las pugnas de poder que se ha ejercido sobre un espacio que tiene una serie de signos contradictorios y que están marcados por los sucesos y por quien habita el espacio.

Para legitimar su autenticidad el Estado construye una serie de mecanismos simbólicos e instrumentales y dispositivos disciplinares y legales, dando valor a eventos y a lugares estratégicos para la consolidación de su imagen. La cultura como patrimonio del estado es la metacultura y el museo, el monumento y la obra de arte, entre otros, son los lugares de contingencia del aura del patrimonio que usan mecanismos de administración y protección. “Sería entonces necesario dar cuenta de las temporalidades donde se inscriben esas comunidades imaginadas, así como las ambivalencias y mecanismos empleados en la tarea de narrar una nación.” (Rodriguez, 1998).

La porosidad como condición generadora de espacio público, expresa las movilidades, cruce de planos, superposición de tiempos y espacios, pues *“El Tiempo solo existe como consecuencia de los acontecimientos que tienen lugar en el mismo. El tiempo es aquello en lo que se produce acontecimientos.”* (Heidegger, traducción Raúl Gabás Pallás y Jesús Adrián Escudero, 1999).

ENTRE EL USO Y LA CONTEMPLACIÓN

En el caso de las ciudades latinoamericanas el uso y apropiación, individuales y colectivas del espacio público, desde la manifestación de la cultura popular afirman una identidad (Hiernaux Daniel, 2007)

El arte comunitario propuesto, nace en la comunidad, es “hecho con las manos”, y por lo mismo mantiene sus huellas, no necesita firma, y tampoco son una marca, es la expresión fraternal de sus miembros. “Nuestra relación con el objeto industrial es funcional: con la obra de arte, semirreligiosa: con la artesanía, es corporal. En verdad nos es una relación, sino un contacto.” (PAZ O, 1988)

Con el fin de activar el espacio público próximo al AP, y con aplicación del primer sondeo de campo, mediante el método participativo, se propone un esquema de cinco esculturas. El proceso de implementación del proyecto que incluye, la experimentación de materiales, permitirá concretar las acciones en campo, como es la instalación de cinco esculturas,

expresión de la cultura popular, que invitarán a la búsqueda y concreción de un imaginario social.

Las esculturas propuestas son:

“Tres en raya”, será una escultura en tres dimensiones con la posibilidad de interactuar con ella.

“Las cometas”, será una escultura que evoque el vuelo de la cometa y será trabajada con chatarra.

“La macateta”, serán las cruces de seis puntas que al impulsarse se moverán todas.

“El trompo”, emulará el movimiento del trompo sin su corporeidad.

“La cancha de la pelota nacional”, la cancha de la “rayuela”, la cancha del “juego de bolas” como el esquema de “arte en la tierra”, que no es arquitectura ni escultura, sin embargo es una construcción que comunica. (KRAUSS R, 1979).

EL ARTE COMO PROPUESTA

La responsabilidad de proponer una intervención democrática y participativa, donde lo público nos permita apropiarnos del espacio ciudadano, implica que lo hagamos en el marco contemporáneo de las artes (como lenguaje y concepto que bien puede gestarse desde la inspiración en la contundencia de lo popular), por lo tanto de responsabilidad con lo social, y consecuente a la valoración paisajística del lugar a intervenir, cuestión fundamental en la construcción de un ámbito simbólico caracterizado por su gran complejidad, atendiendo a aspectos formales, funcionales, simbólicos, históricos, políticos, económicos y culturales.

La investigación y producción de la obra en este ámbito supone la adquisición de herramientas conceptuales contemporáneas pertenecientes a los diferentes campos, en este caso de la escultura y la arquitectura del paisaje, para la habilitación de un espacio que haga sentido en lo social, aspecto indispensable para operar en el espacio marcado por las múltiples sensibilidades que lo conforman.

Si empezamos a reconocer al árbol patrimonial, las áreas verdes protegidas y patrimoniales, y a encaminar acciones de conectividad en esta línea, veremos el gran potencial del patrimonio para ser parte de impactos mucho más significativo en el tiempo futuro, logrando una trascendencia histórica y ambiental que supere esta inmediata asociación de lo patrimonial hacia el pasado. (Landscape Institute of Green Infrastructure, *Green Infrastructure: Connected and multifunctional Landscape*. 2009)

EXPERIENCIAS PREVIAS EN EL ESPACIO PÚBLICO

Existen experiencias de desarrollo de eventos de arte en los espacios públicos de las ciudades, en la ciudad de Quito, en el año 1990, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito-MDMQ, desarrolló el programa “Arte para Todos”, con los talleres de arte en “Las Cuadras”, en el sur de Quito, con un grupo de artistas se construyeron obras escultóricas en un esquema de contrato por sueldo fijo, donde la ejecución de la obra era financiada al costo de ejecución por el MDMQ, en la Dirección de Parques y Jardines.

La obra artística, era concebida en el estudio del artista y luego introducida al espacio público, sin más consideraciones que la apreciación estética de los funcionarios encargados de administrar el proyecto.

No existió planificación para su emplazamiento, ni cómo ella iba interactuar con el espacio urbano y con el espacio social, tampoco se tuvo consideraciones en las visualidades de lo urbano, ni cómo la información visual que existe en la ciudad activa o desactiva la asimilación del paisaje que la ciudad despliega.

Es decir una imposición espacial y social, desde la institucionalidad, de la estructura del poder.

Algunos resultados de esta producción los vemos todavía en el espacio urbano de Quito, unas con aceptación forzada de la ciudadanía y otras en clara contradicción con el espacio urbano y social. Sin embargo este proyecto de alguna manera llenó un vacío que existía en la escena pública artística cultural de Quito, y al ser gestionada desde el municipio, llevó un sello oficial que le permitió ser reconocido con el premio a la gestión artística en la II Conferencia de la ONU sobre Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible-HABITAT II, desarrollada en Estambul, Turquía en 1997.

De este período, de los años 90s, podemos ver que algunas obras se han cambiado de lugar, otras complementan el diseño vial, como distribuidora del tráfico, otras cumplen únicamente el papel de señalética y alguna obra se ha retirado como chatarra.

Otra experiencia artística a nivel de escultura monumental en el espacio público de Quito, se desarrolló al interior Parque Metropolitano de Guanguiltagua-Quito, evento gestionado por el MDMQ, en la Dirección de Parques y Jardines, y auspiciado por la empresa privada como la telefónica Bellsouth, línea de transporte aérea Iberia, y empresa constructora COANDES, quien materializó gran parte de esas obras escultóricas.

Este proyecto tiene su período de planificación y curaduría, desde octubre de 1997, hasta mayo de año 1998, fecha en la cual se construyen las 14 esculturas que formaron parte de este evento de convocatoria mundial, contando con escultores de reconocida trayectoria a nivel nacional como Pailina Vaca, Jaime Andrade, Igor Muñoz, y otros escultores internacionales como el japonés Satoru Sato, el israelita Dany Karavan, el venezolano Carlos Cruz Diez, el italiano Mauro Staccioli, el portugués Alberto Carneiro mejor escultor de Europa 2007, entre otros.

Parte de la planificación fue el trabajo técnico paisajístico realizado por la Unidad Técnica del Parque Guanguiltagua, con estudios de impacto ambiental de las esculturas, estudio del entorno a emplazarse la escultura, simulaciones en 3D, cálculo de estructuras civiles de apoyo y anclaje, cronograma de actividades de gabinete y de campo. El proyecto no cumplió la fase de consulta y socialización de la idea, por lo que gran parte de los usuarios del parque sintieron la imposición de las esculturas en su espacio público. (Testimonio Arq. Francisco Ramírez, coordinador técnico del Parque Metropolitano de Guanguiltagua-Quito, 2017)

La pregunta sería ¿Cómo el espectador las ha asimilado? ¿Han provocado una reflexión acerca de lo que es el ser Quiteño o ha aumentado la pertenencia a la ciudad? ¿Son para el ciudadano común un punto de referencia en la construcción de su cotidianidad o es una señal que nos ayude a participar como colectivos ciudadanos? (MADERUELO J, 2012).

El evento mundial de la III Conferencia de la ONU sobre Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible-HABITAT III, realizado en la Ciudad de Quito, del 15 al 19 de octubre 2016, se llevó a cabo uno de los espectáculos que recorre el mundo con la franquicia de la Alcaldía de Lyon-Francis, se trata de “La Fiesta de la Luz”, una colorida exposición artística que se

proyectó, por primera vez en la ciudad, sobre las fachadas de siete edificaciones patrimoniales. En términos de asistentes y convocatoria, esta experiencia se constituye en un éxito, sin embargo deja muchas preguntas sobre la conveniencia de realizar eventos de carácter masivo en el CH de Quito, cuyo valor más grande se ve amenazado precisamente por la vulnerabilidad de la masificación de un turismo dirigido.

El evento espectáculo, logró congregarse a cerca de 1'200.000 visitantes en cuatro días, el espacio público, con esta oportunidad congregó a los más diversos y heterogéneos grupos sociales, en una aparente cohesión social, pero en un claro riesgo de seguridad ciudadana ante una potencial estampida de gente, con consecuencias graves.

“No solo necesitamos una mejor comprensión del hombre y de la naturaleza, sino también un método de actuación con el que nosotros, con más responsabilidad que otros, podamos garantizar que el producto de nuestros proyectos no sea nunca más el saqueo.” Ian L. Mac Harg

Esta experiencia de “La Fiesta de La Luz”, evidenció, que el espacio público es el lugar en el que el Estado logra desmentir momentáneamente la naturaleza asimétrica de las relaciones sociales que administra y a las que sirve. (DELGADO M, 2002)

ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Con motivo de la convocatoria al evento mundial de la III Conferencia de la ONU sobre Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible-HABITAT III, realizado en la Ciudad de Quito, del 15 al 19 de octubre 2016, surge en la escala de lo local, la necesidad de mostrar la apropiación del espacio público por parte de la ciudadanía de Quito. El grupo de trabajo que elabora la presente propuesta, recogió la iniciativa y planteó, activar el espacio público interviniendo en los parques públicos con esculturas que rememoren los juegos infantiles tradicionales, con materiales de reciclaje y que sean interactivas, lo que permite hacer una propuesta de esculturas cumpliendo con las primeras etapas del proceso, como son la definición del territorio en los parques emblemáticos: El Arbolito, El Ejido y La Alameda, su análisis histórico, espacial, valoración paisajista y un breve sondeo de los imaginarios alrededor del tema de la cultura popular respecto a los juegos infantiles; sin embargo esta propuesta socializada en algunos sectores ciudadanos, y ya aprobada en la instancias institucionales, no se llevó a efecto por falta de financiamiento desde las instituciones que gestionan el suelo en Quito.

TRABAJO COMUNITARIO-ARTE PARTICIPATIVO

La propuesta recoge la activación del espacio contenedor de Árboles Patrimoniales por medio de intervenciones de carácter artístico comunitario, trabajado a partir de una experiencia participativa con las comunidades aledañas a los parques emblemáticos de la ciudad de Quito, en este caso La Alameda.

Entonces estaremos resignificando la ciudad y el espacio público, estará presente más que nunca, el árbol patrimonial trascendiendo lo institucional, estático, muerto, museificante, y estará latente el paisaje vivo cultural de la gente del lugar y sectores sociales que se hacen visibles, en los tres niveles: lo Real, lo Simbólico y lo Imaginario.

“La imagen de la ciudad es parecido a un mito”, hay tres niveles, lo Real, lo Simbólico y lo Imaginario; por ello un ciudadano es un mitodano es decir un habitante de un mito. (LEDROUT Raymond, 1973). Esta ilusión mitodiana, tiene sustento cuando ya se advierte la invisibilización de las personas que comparten los espacios públicos, son sólo masas corpóreas, perfiles que han renunciado voluntariamente a toda o a gran parte de su identidad.(DELGADO M,2002). Anonimato y ciudadanía, (*Mugak*, nº 20, tercer trimestre de 2002)

La producción artística de la comunidad próxima a La Alameda, al interactuar en el espacio próximo al AP, produce nuevos imaginarios urbanos, pues su producción estará sustentada en las prácticas cotidianas individuales y colectivas; su uso y su apropiación, como parte de la cultura popular afirman una identidad, esto es más evidente en el caso de las ciudades latinoamericanas.¹

La presencia del AP y la expresión artística comunitaria en su espacio público, tienen esa dimensión pre figurativa y también post figurativa propia de una patrimonialidad en construcción, es decir de “futuro, que también se hereda y siempre debe ser usado, pues es su uso y no otra cosa que su uso”. (DELGADO M, 2006) *en su obra “Sobre antropología, patrimonio y espacio público”*.

Los imaginarios sociales así producidos en estos espacios públicos dinamizados, según Ledrut, son: “aquellas representaciones colectivas que rigen los sistemas de identificación social, y que hacen visible la invisibilidad social”, de allí la importancia en el autorreconocimiento de una comunidad, expresada en manifestaciones artísticas, que devendrá en los llamados ejes de sentido, en nuestro caso la definición de circuitos de recorrido y disfrute en rutas turísticas cuyo hilo de Ariadna constituyen los AP y las manifestaciones artísticas culturales comunitarias, desarrolladas en estos espacios públicos. Estos ejes de sentido, remiten a la fascinación por la cultura popular como afirmación de una identidad latinoamericana más potencial quizás que real. La propuesta al construir estos espacios públicos vivos próximos al AP, es la de construir un verdadero amarre entre las prácticas, los ejes de sentido y los imaginarios. (SILVA A, 1993).

La interrelación de cada uno de los espacios públicos, próximos a los árboles, constituye una red o sistema de expresión donde los imaginarios, brotan y se encadenan como una experiencia de recorrido continuo por estos lugares, donde “... cada espacio y momento interpela a otro, cada sonido y cada sombra es así en la ciudad juicio, recuerdo, precio, señal, todo lo que está ahí, aunque no esté”²

¹ Revista eure (Vol. XXXIII, Nº 99), pp. 17-30. Santiago de Chile, agosto de 2007 Daniel Hiernaux*
Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos

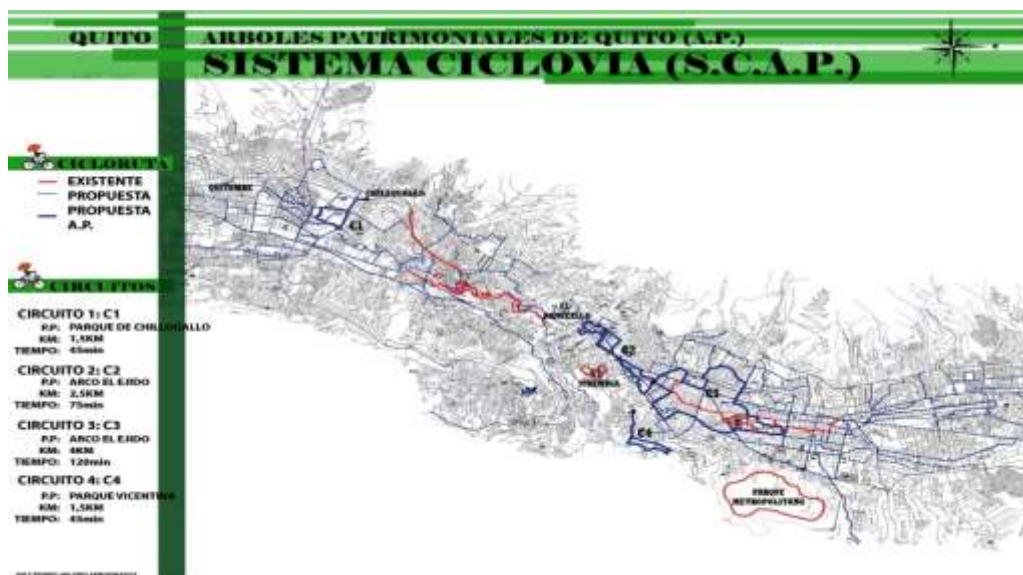
² Revista eure (Vol. XXXIII, Nº 99), pp. 17-30. Santiago de Chile, agosto de 2007 Daniel Hiernaux*
Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos

El imaginario así representado y reproducido en el espacio público próximo al AP, es entonces, un proceso dinámico que otorga sentido a la simple representación mental y que guía la acción” (HIERNAUX y LINDÓN, 2007)

La sostenibilidad de la propuesta de activación del espacio público, estará dada en la medida que seamos capaces de responder a esta pregunta ¿Cómo el espectador las ha asimilado? ¿Han provocado una reflexión acerca de lo que es el ser Quiteño o ha aumentado la pertenencia a la ciudad? ¿Son para el ciudadano común un punto de referencia en la construcción de su cotidianidad o es una señal que nos ayude a participar como colectivos ciudadanos? (MADERUELO J, 2012).

Con la intención de consolidar el “ser Quiteño”, y en base a los conceptos descritos sobre los *Hologramas Espaciales*, la propuesta genera en la ciudad, un recorrido primordialmente peatonal y ciclista a través de los tres parques emblemáticos, contenedores de 168 árboles patrimoniales, cuyo guión es el disfrute del espacio público rico en un patrimonio vivo, histórico, cultural, social y natural. Este circuito turístico que se propone es de 2,5 Km y 75 minutos de duración, aproximadamente,

Imagen 9: Mapa Red ciclorutas, por espacios públicos contenedores de Árboles Patrimoniales.



Fuente: elaboración del autor

MARCO LEGAL AMBIENTAL

El Árbol Patrimonial está por definición inserto en el Patrimonio Cultural y Natural, sin embargo tuvo que pasar mucho tiempo hasta que fuera promulgada la Resolución del Consejo Municipal C 433, del 10 de julio del 2013, que manda y ordena específicamente su cuidado, mantenimiento, reproducción y conservación.

También está consagrados los derechos de la naturaleza y del patrimonio natural en la Constitución Política del Ecuador, Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado: 7.- Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente a la obligación que tiene el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados.

Art. 264.- Los gobiernos Municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley.

2. Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo del Cantón.

8. Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

Del análisis del marco legal ambiental vigente, se evidencia la existencia del instrumento para el cuidado, mantenimiento, reproducción y conservación, del patrimonio natural y cultural existente.

Existe sí, un vacío en la realidad de la escena urbana, en gran medida por la falta de planes operativos de las instituciones oficiales competentes, pero sobre todo por este gran vacío que es la falta de visibilización del patrimonio de los AP, por parte de la ciudadanía en general. De allí la importancia de la presente propuesta, que activa el espacio público próximo al AP, mediante la participación de la comunidad próxima a los tres parques.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El árbol patrimonial es más que un monumento:

- El conocimiento del legado de los árboles patrimoniales del DMQ, y en específico del parque La Alameda, mediante la participación comunitaria, afirma la identidad y sentido de pertenencia, del habitante de Quito.
- La sinergia de una actitud proactiva hacia la naturaleza silvestre y “construida”, genera espacios de gestión y emprendimiento en la línea turística patrimonial, de la ciudad de Quito, dinamizando la economía local.
- Como estrategia de conservación, del AP y de activación del espacio público, próximo a él, proponemos fortalecer la organización comunitaria desde la expresión artística participativa.
- El banco de datos de árboles patrimoniales, aquí presentado, constituye una herramienta de diseño urbano y arquitectónico, al momento de tomar decisiones en la ciudad. También permite hacer un seguimiento emergente del estado de conservación del A.P. para prolongar su ciclo vital.
- Es necesario el seguimiento de cada uno de los 168 Árboles Patrimoniales de los tres parques, con la aplicación de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación),

con recorridos virtuales por los lugares reales y en tiempo real, por medio de la web cam, con aplicaciones de m-learning (aprendizaje por medio de teléfonos móviles inteligentes) y así prolongar la vivencia comunitaria con el lugar.

- Es urgente la formulación de planes operativos de instituciones del Estado y del sector privado, que en una alianza de gestión de patrimonio y turismo, operativicen de forma integral, la Resolución Metropolitana C 433, del 11 de julio de 2013, que ordena la protección, el mantenimiento, y conservación de los Árboles Patrimoniales.
- Proponemos seguir con este estudio, de activación del espacio público próximo al AP en el parque La Alameda, hasta su implementación en campo, y la posterior evaluación de los impactos urbanos, sociales, culturales y económicos, que alimentará nuevas visiones en la implementación de políticas públicas.

BIBLIOGRAFÍA

- ANHALZER J., Lozano P., 2006 *"Flores Silvestres del Ecuador"*, Imprenta Mariscal, Quito, Ecuador.
- BORJA S, Carmen, 2008. Tesis: *"La Transformación de un Espacio Público en Quito, S XIX -XXI"*; Quito- (H-4378- MFN: 4379).
- BOURDIEU Pierre. 1998, *"La distinción: Criterios y bases sociales del gusto"*. Buenos Aires, Argentina: Taurus.
- BOURDIEU Pierre, 2002. *"Campo de poder, Campo intelectual, Itinerario de un concepto"*. Madrid, España: Montresor.
- CABRERA Pablo, 2015. *"Acercamiento a una Epistemología alterna"*, s/f;s/e, San Sebastián, España.
- CARRIÓN, J. M., 1986. *"Aves del valle de Quito y sus alrededores"*, Fundación Natura, Quito, Ecuador.
- CARRIÓN, J. M. y Ortiz Crespo F., 1991. *"Introducción a las Aves del Ecuador"*, Quito, Ecuador.
- CERÓN, C. E., 1996. *"Manual de Botánica Ecuatoriana"*, Escuela de Biología de la Universidad Central del Ecuador, Gráficas Ortega, Quito, Ecuador.
- CERÓN, C. E., 2002. *"La Etnobotánica en el Ecuador en Cinchonia, Herbario"*, QAP, Escuela de Biología de la Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.
- CEVALLOS, A. Raquel 2016, *"El Árbol Patrimonial, mucho más que un monumento"*. Artículo del libro, *"Árboles Patrimoniales de Quito: entorno inmediato y su influencia"*. Centro de Publicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, PUCE, Quito, Ecuador.
- CONSTITUCION POLITICA DEL ECUADOR.
- CRESPO Consuelo, 2017. *"Entre lo tangible y lo intangible al Noroeste de Pichincha: Las tolas como emplazamientos de una disputa simbólica."* s/f,s/e.
- DE CERTAU Michel, 1996. *"La Invención de lo Cotidiano"*, Universidad Iberoamericana, México.
- DELGADO Manuel, 2006. *"Sobre Antropología, Patrimonio y Espacio Público"*, Chile, Revista Austral de Ciencias Sociales, núm. 10, 2006.
- DELGADO Manuel, 2011. *"El Espacio Público como Ideología"*, España, Editorial Catarata.
- DELGADO Manuel, 2002. *"Anonimato y Ciudadanía"*, Mugak.

- DELGADO Manuel, 2007. "Sociedades Movedizas", España, Editorial Anagrama.
- GARCÍA CANCLINI, N. 1997. "Imaginarios urbanos". Buenos Aires: EUDEBA.
- HEIDEGGER Martin, 1999. Traducción de Raúl Gabás Pallás y Jesús Adrián Escudero, "El Tiempo". Publicada en Madrid por Trotta.
- HEIDEGGER Martin, 1996. "El Origen De La Obra De Arte", Versión española de Helena Cortés y Arturo Leyte en: HEIDEGGER, Martin, "Camino de bosque", Madrid, Alianza.
- HIDALGO Nistri, Fernando, 2007. "Paisajes históricos de los Bosques Forestales del Ecuador"
- HIERNAUX D, LINDÓN A, 2007. "Imaginarios urbanos desde América Latina: tradiciones y nuevas perspectivas". Barcelona: Fundación Antoni Tapies.
- HIERNAUX D, LINDÓN A, 2007. "Tratado de Geografía Humana", España, Anthropos Editorial-México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, 2006.
- KINGMAN Eduardo, 2006. "La ciudad y los otros. Quito 1860- 1940. Higienismo, ornato y policía". FLACSO, Sede Ecuador, Quito – Ecuador.
- KRAUSS R., 1979. "La escultura en el campo expandido". October (8), 30-44.
- Landscape Institute of Green Infrastructure, Green Infrastructure: Connected and multifunctional Landscape. 2009
- LEDRUT Raymond, 1973. "Les images de la ville, Anthropos, Paris, 1987 "Société réel, société imaginaire, Cahiers Internationaux de Sociologie.
- Código Orgánico de Organización Territorial Autónomo y Descentralizado – COOTAD.
- LEY DE GESTION AMBIENTAL.
- MADERUELO Javier, 2012. "Camino de la Escultura Contemporánea". Salamanca. Ediciones Universidad de Salamanca, España
- MADERUELO Javier, 2008. "LA IDEA DE ESPACIO en la arquitectura y el arte contemporáneos, 1960-1989." Ediciones Akal, Madrid- España.
- McHARG Ian, 2000. "Proyectar con la Naturaleza." John Wiley & Sons, Inc. Edición Española. Editorial Gustavo Gili SA, Barcelona,
- MENA V, 2006. "La Perpetua Primavera: Árboles y Arbustos Ornamentales de Quito y sus alrededores". Corporación Vida para Quito/Sociedad del Árbol. Quito, Ecuador.
- NORBERG-SCHULZ C, 1980. "Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture". New York: Rizzoli.
- ORTÍZ CRESPO Alfonso, 2007. "Damero", Fonsal, Quito, Ecuador.
- Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana, 2009 "Crimen y espacio Público", Secretaría de Seguridad y Gobernabilidad, DMQ-OMSC.
- PADILLA C. I. y Asanza N., 2002. "Árboles y Arbustos de Quito", Herbarios Nacionales del Ecuador (QCNE), Sección Botánica del Museo Ecuatoriano de Ciencias Naturales, Quito, Ecuador.
- PAZ Octavio, 1988. "El Uso y La Contemplación". Revista de Camacol. Colombia, Revista Colombiana de Psicología, Colombia
- "Revista Transiciones", "Revista de Pensamiento", 2003, entrevista a Jordi Borja por Maria Rosa Solsona, Barcelona España
- RODRIGUEZ, V. M, 1998. "La fundación del Museo Nacional de Colombia, Ambivalencias en la narración de la nación colombiana moderna", en Revista Nómada NO 8, Bogotá, Colombia.

- RAMIREZ, Francisco, 2016. *"Arboles Patrimoniales de Quito: entorno inmediato y su influencia"*, Centro de Publicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, PUCE, Quito, Ecuador.
- SALGADO Mireya, y Corbalán de Celis Carmen, 2012. *"La Escuela de Bellas Artes en el Quito de inicios del siglo XX"*; Investigación ganadora del programa de Becas 2012. Instituto de la Ciudad, Quito- Ecuador.
- SALVADOR LARA Jorge, 2010. *"Don Isaac J. Barrera"*. El Comercio. Quito-Ecuador. Visitado el 17 de Febrero de 2017
- SILVA Armando, 1993. *"Simbología Urbana"*. M. Restrepo – Signo y Pensamiento, 1993 – revista Javeriana, Bogotá, Colombia.
- TERÁN, Rosemarie 1992. *"La Ciudad Colonial y sus símbolos. Una aproximación a la historia de Quito en el siglo XVII"*. En: E. Kingman, comp. *Ciudades de los Andes*. Quito, IFEA-CIUDAD, pp. 153-174, 2002
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito *"Plan especial. La Alameda"*. Alcalde. Moncayo, Francisco. Quito, D.M. Ecuador. Visitado el 17 de Febrero de 2017.
- UNESCO, 1972. *"Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, cultural y natural"*.
- VACA H, María de Lourdes, 2000. Tesis: *"La Plaza de las Palomas Muertas? Un acercamiento al imaginario urbano de la Plaza Grande de Quito"* - Quito, CELA-PUCE (MFN: 3128)
- VARIOS Autores, CARRIÓN Fernando, PALADINES C., ORTÍZ A., 2010, *"Quitología y Arte Urbano Ecuador Siglo XXI"*, Fonsal, Quito, Ecuador.
- WAHNÓN Sultana, 2010. *"Ética y determinismo en el pensamiento de Georg Lukács. Sobre la relación entre la sociedad y la literatura"*, España, Universidad de Granada, Biblioteca Virtual Universal.
- YORY Carlos Mario, 2003. *"Topofilia, Ciudad y Territorio. Una estrategia pedagógica de desarrollo urbano participativo con dimensión sustentable para las grandes metrópolis de América Latina en el contexto de la globalización. El caso de la ciudad de Bogotá"*. Universidad Complutense de Madrid.

Visitas a Internet:

- <http://www.patrimonio-mundial.com/unesco1.htm>
- <http://www.ecuanex.net.ec/constitucion/>
- http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A_Constitucion_r_e publica_ecuador_2008constitucion.pdf
- <http://www.biblioteca.org.ar/libros/154627.pdf>
- <http://www.quitocultura.info/event/fiesta-de-la-luz-quito/>
- <https://www.facebook.com/notes/aye-riqu%C3%A9/octavio-paz-la-artesania-entre-el-uso-y-la-contemplaci%C3%B3n/3724315903943/>
- <https://www.facebook.com/notes/aye-riqu%C3%A9/octavio-paz-la-artesania-entre-el-uso-y-la-contemplaci%C3%B3n/3724315903943/>

HOKUSAI Y EL UKIYO-E. EL PATRIMONIO DE LA ESTAMPA COLOREADA

José Luis Crespo Fajardo

Universidad de Cuenca (Ecuador)

Luisa Pillacela Chin

U. E. Rotary Club (Ecuador)

Resumen

Esta ponencia trata sobre el género de estampación a color japonés denominado *Ukiyo-e* (imágenes del mundo flotante) y la obra de Katsushika Hokusai. Se describen sus principales temas, la labor del artista y la del editor, el proceso de entallado, entintado y estampado, y los materiales más habituales. Finalmente, se traza un colofón histórico de la técnica, que fue perdiendo importancia durante el periodo Meiji,

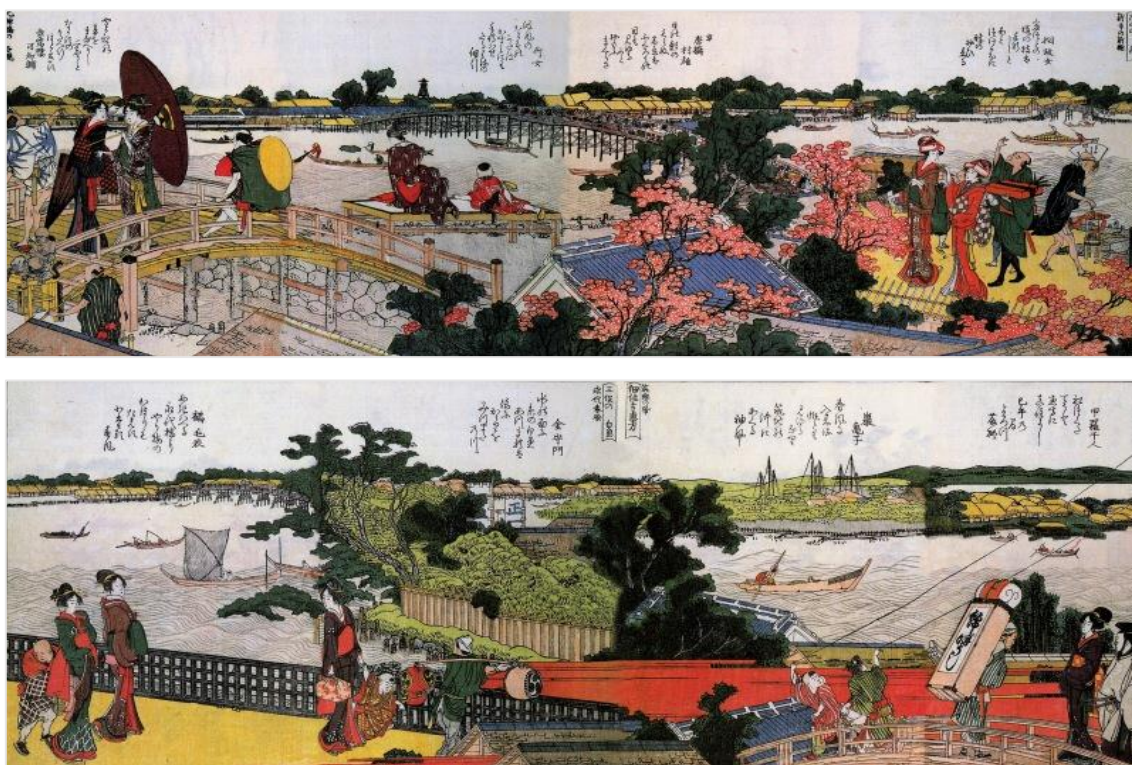
Palabras clave: Ukiyo-e, grabado, estampa japonesa, Hokusai.

* * * * *

Hokusai es uno de los principales maestros de un género de arte japonés denominado *Ukiyo-e*, generalmente circunscrito a la pintura y xilografía, que se produjo entre los siglos XVII y XX. La palabra *Ukiyo-e* se compone por los vocablos—*uki*- (flotante) -*yo*- (mundo) y -*e*- (imágenes), y podría traducirse como *imágenes del mundo flotante*, o *imágenes del mundo que fluye*. En un principio se trataba de un concepto budista referido a lo inconsistente, efímero y transitorio de la vida terrenal, a sus penalidades y miserias. Sin embargo, durante el periodo Edo adquirió una connotación irónica, y vino a reflejar una visión hedonista de la existencia, el ansia por vivir el presente y los placeres sensuales.

Con este concepto se describía la vida urbana de la capital Edo, la actual Tokio, que entonces, como ahora, era la ciudad más poblada del mundo. Era el centro militar de la dinastía de shogunes Tokugawa, por lo que su regencia se ha denominado periodo Edo (1615-1868). Tras las guerras civiles y la

violencia feudal, el periodo Edo fue una época de paz y progreso económico. En este contexto surgió el *Ukiyo-e*, como una expresión artística de la cultura popular que, aunque en principio era producto de la burguesía urbana fomentada por la actividad mercantil, fue a la vez acogida por el pueblo llano al contraponerse al arte religioso y al arte aristocrático de la casta samurái.



Vistas de las dos orillas del río Sumida. (1803-1806)

La estética del *Ukiyo-e* definía el sentimiento de los habitantes del centro metropolitano de Edo, Osaka y Kioto, de vivir en un mundo aparte. Describía las ilusiones y los entretenimientos, un tanto vulgares, de la ciudad; el teatro kabuki con sus temas melodramáticos y sensacionalistas, la vitalidad de las casas del té, los combates de sumo, y el encanto del *Yoshiwara*, el barrio del placer de Edo, donde los ciudadanos se deleitaban con la hermosura de las *geishas*.

Estos eran los temas favoritos del *Ukiyo-e*, las diversiones de la ciudad y los placeres mundanos de la vida. En cambio, los temas clásicos, religiosos y mitológicos, apenas tenían presencia. Tampoco el paisaje interesaba, y sólo despuntó en el siglo XIX a condición de plasmar lugares famosos. La gente

prefería contenidos de la vida cotidiana y el comercio artístico respondía a esta demanda. Los *Bijin-ga* (imágenes de mujeres hermosas) y los *Yakusha-e* (estampas de actores de teatro kabuki), eran los motivos predilectos. Estas estampas eran tanto revistas de moda como de teatro. Se puede decir que las láminas de las cortesanas del Yoshiwara eran semejantes a las *pin-ups*, y los actores de teatro eran como las celebridades de las películas de hoy.



Yakusha-e: retratos de actores de teatro Kabuki

Históricamente, la xilografía se introdujo en Japón hacia el siglo VIII desde China, asociada a los ritos y tradiciones budistas, la filosofía Zen y el teatro Noh. Se utilizó en la representación de imágenes religiosas y para ilustrar libros, pero su popularidad fue aumentando hasta convertirse en el principal método de impresión, vigencia que mantuvo hasta el siglo XX. En la segunda mitad del siglo XVII surge el género *Ukiyo-e*, con los trabajos monocromos efectuados con tinta india de Hishikawa Moronobu. Con anterioridad los artistas estaban limitados en sus realizaciones a temáticas áulicas, religiosas y pastorales. Ahora podían reflejar la vida cotidiana de Edo. La técnica xilográfica de la escuela de Moronobu era aún bastante tosca y se denomina *Zumizuri-e*. Hacia 1670 se procedió a iluminar los grabados manualmente, pero el paulatino desarrollo de la técnica

permitió la policromía. Desde china se introdujo un nuevo procedimiento con el que, tras la primera impresión, se estampaba la misma hoja con un segundo color, en general rojo o verde. Ya que el rojo (*beni*) fue la tinta más usada, esta técnica se llamó *Benizuri-e*. Hacia 1764, especialmente en las obras de Suzuki Harunobu, se desarrolló una policromía con amplia variedad de colores. La técnica de estas estampaciones es llamada *Nishiki-e*, y es con la que Sharaku, Utamaro, Hiroshige y por supuesto Hokusai realizaron sus composiciones más originales.

El éxito de la estampación a color se debió a que resultaba relativamente fácil producir cantidades en masa a bajo coste. Los *Nishiki-e* eran distribuidos por vendedores en las calles y tenderos por muy poco dinero. Los compradores eran el gran público, sobre todo aquellos que tenían recursos económicos limitados y no podían permitirse adquirir una pintura original. A fines del siglo XVIII y comienzos del XIX las estampas sueltas, los libros de imágenes (*E-hon*) y las postales de lugares famosos (*Meisho-e*) se producían en serie y eran adquiridas de forma masiva. Algunos artistas como Hokusai e Hiroshige, tras estudiar los grabados en cobre europeos, tomaron algunas ideas e incorporaron la perspectiva (*Uki-e*). También empezaron a tratarse nuevos temas, como el paisaje y el género fantástico.

Por lo general la iniciativa del proceso provenía del editor como una operación comercial. Primero acordaba con el artista la creación de un dibujo de un tema popular, y una vez elaborado se entregaba a los artesanos grabadores, que lo reproducían en bloques de madera. Los artistas no eran en absoluto valorados como grandes pintores, y generalmente en su vida social nunca tuvieron reconocimiento. Por su parte el grabador, que era un simple mecánico que copiaba línea a línea el dibujo del artista, es siempre un personaje anónimo, lo mismo que otros especialistas dedicados al entintado y a la impresión.

El diseño original, que había sido realizado a tinta en una fina hoja de papel, se adhería por su cara dibujada a una delgada plancha de madera de cerezo *Sakura*, aplicando aceite para hacer las líneas visibles. Entonces el

grabador, con gran habilidad, cortaba la madera alrededor de las líneas atravesando el dibujo. Después de retirar los restos del papel, que quedaba siempre destruido, las líneas relevadas eran entintadas. Esta plancha era el bloque llave, y al imprimirse producía copias muy semejantes al dibujo original. Una prueba se entregaba al censor del gobierno para su aprobación y otra al artista para que la colorease. Después de aclarado el colorido se hacían más impresiones del bloque llave y se pegaban invertidas en nuevas planchas. El grabador procedía a dejar en relieve aquellas partes que debían llevar un color en concreto. Al final se tallaban un buen conjunto de planchas (algunos *Nishiki-e* muy elaborados requerían más de veinticinco) y cada una imprimía al menos un color en la estampación definitiva. En ocasiones el grabador se tomaba licencias y hacía sutiles cambios, provocando la irritación del artista. Durante la producción del *Mangwa*, Hokusai se quejaba de que el grabador había añadido ciertas narices y detalles faciales más del estilo de su adversario Utagawa Toyokuni.

La impresión se realizaba a mano, y a veces se repetía alguna plancha para precisar una correcta densidad de color. El trabajo se efectuaba entre varios operarios que entintaban y presionaban el papel en cada uno de los bloques. Para alinear el papel y posicionar las áreas de color en la impresión de las diferentes planchas se hacían unas marcas de registro en las esquinas de los bloques llamadas *Kentō*.



Los pigmentos tenían una base de agua y tinte vegetal. En la época de Hokusai había una escala de veinte colores básicos que entremezclados producían una amplia gama de tonalidades. A veces, cuando el artista tenía el entintado bajo su supervisión, realizaba cambios experimentales y empleaba en los mismos bloques diferentes colores. Las estampas de las *Treinta y seis vistas del monte Fuji*, de Hokusai, son un buen ejemplo de ello. Sin embargo, por lo general el artista no participaba en esta fase mecánica del trabajo. Los grabadores aplicaban la tinta de manera amplia y uniforme, y es curioso que, aunque los artistas tomaran prestadas técnicas de claroscuro y sombreado occidentales, tratando de adaptarlas en sus obras, el procedimiento de entintado todavía creaba esencialmente imágenes planas, una de las características principales de los grabados japoneses.

En cuanto al papel, había tres tamaños típicos: *Chuban*, literalmente “medio bloque” (26,25x18,75 cm.) *Aiban* “bloque medio grande” (alrededor de 32,5x22,5 cm.) y *Oban* “gran bloque” (26,25x 38,75 cm.) *Oban* era el tamaño estándar para un *Nikishi-e*. El papel *Washi*, fabricado de la corteza interna de la morera, era el más utilizado por sus óptimas cualidades absorbentes y de durabilidad y porque podía soportar muchos borrados y correcciones.

La edición usual de un diseño rondaba los doscientos grabados, pero cuando se trataba de una estampa exitosa podían llegar a hacerse millares. A diferencia del sistema europeo, en Japón las series no se numeraban por lo que era posible tirar grabados hasta el completo desgaste de la plancha. A veces los bloques se almacenaban y se volvían a estampar pasados unos años, advirtiéndose el deterioro de las líneas en la huella estampada.

A principios del periodo Meiji (1867-1912), cuando Japón se abrió a la influencia occidental, el *Ukiyo-e* comenzó su declive. Las importaciones introdujeron nuevas técnicas gráficas como la litografía y la fotografía que desplazaron la estampación tradicional. La demanda del mercado decreció, en tanto el coste de producción fue en aumento. Los colores de plantas naturales se reemplazaron por colorantes químicos procedentes de Alemania. Los grabados fueron perdiendo frescura y cambiando su estilo por la influencia cada vez más fuerte del arte europeo.



Comparación entre *La Gran Ola de Kanagawa*, de Hokusai, y *Noche Estrellada*, de Van Gogh

Por el contrario, en Europa el *Ukiyo-e* causó admiración en los artistas. Se difundió entre los impresionistas y pos-impresionistas, y fue fuente de inspiración para el *Cubismo*, el *Modernismo* y el *Fauvismo*. Se apreció la peculiaridad del estilo, su exotismo y la maestría de la ejecución. Produjo asombro descubrir la simplicidad y belleza de un arte que ignoraba el claroscuro y la perspectiva, y en el que las figuras apenas proyectan sombras ni exhiben modelado. Finalmente, podemos decir que el nombre de Hokusai y de los

principales artistas del *Ukiyo-e* quedó instaurado en el catálogo de los grandes maestros de la historia del arte.

BIBLIOGRAFÍA:

FAHR-BECKER, Gabriel (ed.): *Grabados japoneses*. Taschen, 2007.

FORRER, Matthi: *Hokusai*. Ed. Kliczkowski, Madrid, 2002.

HILLIER, Jack: *Hokusai: paintings, drawings and woodcuts*. Phaidon, Londres, 1985.

NAGATA, Seiji: *Hokusai: genius of the Japanese Ukiyo-e*. Kadansha International. Tokio, 1999.

STRANGE, Edward: *Hokusai. The old man mad with painting*. Sieglan Hill & Co., Londres, 1906.

DESCONTEXTUALIZACIÓN DEL ORIGEN MÍTICO DEL SACHARUNA EN EL PASE DEL NIÑO REY DE REYES DE RIOBAMBA

Erika A. Arellano Tigse¹

Rubén V. Broncano Rocha²

Pedro A. Carretero Poblete³

Universidad Nacional de Chimborazo (Riobamba, Ecuador)
pcarretero@unach.edu.ec

Resumen: la investigación, basada en una metodología de etnografía enfocada, pretende analizar la función del *sacharuna* en las comunidades donde aún sigue apareciendo este personaje mítico ecuatoriano en diferentes festividades. Se pudo comprobar cómo ha quedado relegado a la festividad de la Navidad en diferentes regiones de la Sierra de Ecuador, donde fue sincretizado por el catolicismo y aparece con un doble papel de protector del Niño Rey de Reyes como entidad protectora de la naturaleza que es. Así, se supone que baja de la montaña (*sacharuna*=espíritu de la montaña) para realizar dicha función en los numerosos Pases del Niño que acompañan estas festividades. Se ha perdido el papel de protector de la naturaleza y los animales que viven en ella, por una función de protector en las festividades católicas asimiladas por las poblaciones indígenas y mestizas de la Sierra. Se representa como un ser cubierto de musgo y el resto de características asociadas depende de la comunidad en la que participa.

Palabras clave: *sacharuna*, Riobamba, Pase del Niño, aculturación, ancestral

INTRODUCCIÓN

Del sincretismo entre la cosmovivencia andina ancestral y el catolicismo impuesto por los conquistadores españoles, nace la transformación actual que se puede apreciar en el *sacharuna*. La mejor muestra de este sincretismo de tradiciones es el Pase del Niño de Riobamba, donde vemos una mezcla entre tradiciones católicas (danzantes, payasos, diablo, etc.) y las indígenas andinas (*sacharuna*, *curiquingue*, etc.), punto de partida de este estudio inicial sobre el significado de este protector de la montaña y los cambios que recibe con el sincretismo religioso.

La propia palabra *sacharuna*, ha sido fruto del mestizaje, incidiendo en darle un sentido occidental en la actualidad para describir su significado. Debemos entender que no se puede traducir literalmente una lengua originaria como el quechua al español, y que las estructuras de ambas lenguas corresponden a dos formas diferentes de pensamiento. En quichua, cuando hablamos de *sacharuna*, nos viene a la mente todo un mundo de cosas que no es necesariamente el “salvaje” literal de su traducción, como se usaría en lengua

¹ Estudiante de 8º Semestre, Carrera de Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

² Estudiante de 8º Semestre, Carrera de Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

³ Docente-Investigador, Carrera de Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. Director de la revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades. Director del Grupo de Investigación “Puruhá”.

española. Significa algo silvestre, relacionado con la montaña, la selva, aquello que es agreste, pero no salvaje desde el punto de vista de la lengua española. *Sacharuna* no son dos palabras (o una) simples como tal, es un pensamiento que debe entenderse como “espíritu de la montaña” o “salvaje”, pero entendido desde el punto de vista agreste.

El trabajo que presentamos pretende hacer una revisión de qué significado tiene el personaje del *sacharuna* para las comunidades ancestrales de Ecuador y ponerlo en contra posición con el papel que cumple en el Pase del Niño Rey de Reyes de Riobamba. De forma que haremos un recorrido por Saraguro y Cañar (Sierra), Sacha Runa (Oriente) y Riobamba, donde mostraremos las características que aún posee el personaje en las áreas rurales e indígenas y su transformación por la aculturación sufrida en la ciudad con el catolicismo.

El *sacharuna* es espacialmente conocido por su participación en el Pase del Niño Rey de Reyes de Riobamba (figura 1). Dicho Pase es la fiesta más importante de Riobamba, se trata de una procesión que se hace en honor de la imagen del niño Jesús y en la que participan una serie de personajes que lo acompañan. Según nos cuenta la familia Mendoza, se introdujo en el desfile para proteger al niño Rey de Reyes y ahuyentar a los malos espíritus durante el mismo, aunque con los años hemos podido observar cómo se ha transformado su participación y más que ahuyentar a los malos espíritus aparece asustando a las personas durante el recorrido. Durante su recorrido en el Pase no habla, aunque sí emite sonidos como ¡Yu-Yu! con la intención de asustar a las personas. Como veremos, en otras comunidades donde sigue existiendo el personaje del *sacharuna*, como es el caso de Saraguro, emite sonidos diferentes como ¡Aja! Y es de ahí de donde toma su nuevo nombre.



Figura 1. Dos sacharuna en el Pase del Niño Rey de Reyes de Riobamba (foto Érika Arellano)

Durante el Pase de Riobamba, al igual que en otras comunidades analizadas, se aprecia una confusión de personajes, ya que aparece con las características de otro personaje mítico, como es el *chuzalongo*, halagando y diciendo cosas bonitas a las mujeres jóvenes y asustando a las de mayor edad, por lo que aparece completamente desprovisto de sus atribuciones originarias como protector del páramo.

El *sacharuna* suele representarse como una figura humana cubierta completamente de musgo, ya que representa el espíritu del páramo o la montaña, en algunas comunidades aparece llevando sobre su cabeza cuernos de venado. Es interesante observar cómo los cuernos de venado, en la cosmovivencia andina, representan lo sagrado. Dependiendo de la zona, en la Sierra representa al espíritu del páramo andino, mientras que en el Oriente representa al de la selva. Por lo que en el mundo indígena, el *sacharuna* es el protector del páramo, de la montaña o de la selva y de todas sus plantas y animales que allí habitan.

Metodología empleada

La presente investigación es de carácter exploratorio y descriptivo, se basa por tanto en una metodología cualitativa. Se emplearon los métodos: analítico, para describir los diferentes papeles que juega el *sacharuna* dependiendo de la comunidad; deductivo, para determinar su función, origen y sincretismo y sintético, para resumir las características ancestrales y cómo ha llegado hasta la actualidad con las transformaciones sufridas por el tiempo y la influencia de otras culturas.

Las técnicas utilizadas para conseguir la información que presentamos fueron la entrevista estructurada y la entrevista abierta. Esta última es importante para el trabajo porque se hace al entrevistado con la finalidad de que se exprese y narre sus amplios conocimientos de un determinado tema, muy útil en el caso de saberes ancestrales. La *entrevista* es una herramienta que guía el encuentro etnográfico y provoca una relación entre la subjetividad del investigador con la del sujeto investigado (que es un sujeto investigador no profesional o secundario), lo que, a su vez, produce el descubrimiento de la objetividad, es decir, la intersubjetividad es el elemento que objetiva el marco de referencia del sujeto/objeto de investigación, puesto que con la entrevista se llega a una especie de “contagio” en la interacción entre los dos sujetos del proceso de conocimiento. (Galindo, 1987)

También se empleó otra técnica cualitativa etnográfica: la observación abierta no participante, consistente en analizar con detenimiento un hecho a estudiar y hacer el registro para su posterior análisis.

Podríamos decir que la base de todo el estudio es la etnografía enfocada, uno de los principales métodos de la investigación cualitativa en las ciencias sociales y se refiere al “estudio de las personas en sus entornos naturales de ocurrencia por medio de una serie de métodos de recolección de información que capturan su sentido social y sus actividades ordinarias, incorporando al investigador que participa en el campo” (Brewer, 2000, p. 6). Para Knoblauch, (2005) La etnografía enfocada es un método complementario a la etnografía convencional, en la medida que su estrategia difiere de la última porque analiza las sociedades contemporáneas o la propia sociedad del investigador en las cuales existe una gran fragmentación cultural y social. Su peculiaridad radica en que se realizan visitas

de campo cortas en lugar de extensas, con un uso intensivo de la tecnología audiovisual para la recolección de datos y se concentra en las actividades comunicacionales, enfocando con precisión el objeto de análisis.

Más allá de la mera descripción y sobre la base de la antropología simbólica, lo importante para el estudio de la realidad social es el sentido y los significados de los actores; y la etnografía, en general, es el método idóneo para desarrollar una descripción densa como teoría interpretativa de la cultura, que contrasta con una descripción superficial, de forma que este método se enfoca en los significados particulares para codificar regularidades abstractas. (Geertz, 1988)

Visión del *Sacha Runa-Aja* en el pueblo Saraguro

Para determinar si ha cambiado la función primigenia indígena del *sacharuna* en diferentes comunidades donde aún sigue apareciendo en las representaciones festivas, acudimos a las mismas para realizar entrevistas directas a las personas involucradas con el personaje.

En el caso del pueblo Saraguro pudimos identificar al *sacharuna* con el nombre de *Aja*. Ningún habitante de la comunidad supo explicarnos el por qué del cambio de nombre del personaje desde un punto de vista etimológico, aunque identificaron que se llama *Aja* porque cuando participa en las celebraciones suele pronunciar la expresión ¡Ajaa!

- Significado del personaje *Aja* en Saraguro:

Para los saraguros, el *Aja* o *Sacharuna*, es un ser que participa de las tradicionales fiestas de la Navidad en la comunidad. Todos los entrevistados coinciden en las fechas en las que se da la participación del *Aja* en los Pases, los días 23, 24 y 25 de diciembre hasta la misa de este día a las 12:00, para luego descansar hasta los pases de los días 5, 6 y 7 de enero. El recorrido se inicia siempre con todos los danzantes, no solo el *Aja*, sino también los *wikis*, saraguis, osos, etc. (Chalán *et alii*, 1994) desde la casa del *marcantaita* (prioste) hasta la iglesia y de ahí al parque central donde se realizan las celebraciones y los bailes. El 24 de diciembre se hace la vigilia en la casa del *marcantaita*, donde se reúnen alrededor de tres mil personas para presenciar las danzas, compartir comida y chicha. Este mismo día se distribuye miel de caña para toda la gente que llega con quesillo y pan, donde se comparte con todo aquel que quiere colaborar. La celebración de esta festividad se realiza con la intervención de numerosos personajes propios y que son el eje central del evento. Es el caso del *Aja*, un personaje de larga cabellera de musgos de color plomo, que va sujeta por un par de cuernos de venado. La persona lleva la cara tapada por una máscara de piel de oveja. Toda la vestimenta es asegurada al cuerpo mediante fajas, se ponen una camisa, pantalones largos y un cinturón de cuero adornado con perillas de plata; portan, en una mano un chicote y en la otra una figura del *Aja* en miniatura (Chalán *et alii*, 1994, p. 48, fig. 4). La función del *Aja* en la festividad de Navidad es la más próxima a la originaria: protegen y ahuyentan a los malos espíritus, traen las bendiciones del páramo y tienen la función de repartir la comida entre sus compañeros. La participación del *sacharuna* en las festividades de Saraguro se produce, a diferencia de Riobamba, los días 23, 24 y 25, para la celebración de la Navidad.

Para algunos habitantes, el *Aja* o *Sacharuna*, es un personaje que participa de la fiesta de la Navidad, bailan y están presentes en la misa, normalmente son elegidos o contratados

por el *marcantaita* (prioste de la fiesta); la vestimenta es realizada con musgo que se trae de otras zonas (Luis F. Andrade, comunicación personal, 24 de mayo de 2017); para Luis Lozano (comunicación personal, 25 de mayo de 2017) la palabra *Aja* proviene del quichua *ajana*, que para él significa hablar, hablar enojado y hasta cierto punto hablar retando, “me doy cuenta que el *Aja* sí hace eso, sí reta, sí le haba, le educa y le disciplina a la gente, cuando baila, en todo su actuar en la fiesta. Por lo que creo que viene a significar el personaje que educa, el personaje que atemoriza, el personaje que doma a los animales.” También para Lozano la palabra *Aja* puede venir del grito que hace el *sacharuna* en el desfile, algo así como ¡ajaa! El personaje del *Aja* sale siempre en el Capaq Raymi o Navidad celebrada por los Saraguros. No obstante, al revisar la etimología de la palabra mencionada por Lozano como *ajana* en el diccionario Kichua-Castellano de Glauco Torres Fernández de Córdova (1982), vemos que en todo caso debe estar refiriéndose a la palabra quichua *ahuana*, que además de referirse al tejido puede entenderse como verbos relacionados con insultar, afrentar, agraviar, injuriar y ofender (p. 23), de forma que se ha perdido incluso el sentido original del vocablo en quichua y pasa a ser transcrita la h de *ahuana* como j. Con lo que vemos que en la actualidad las palabras son deformadas desde el propio quichua y en ocasiones transformando todo su significado.

Para José Vacacela (comunicación personal, 14 de marzo de 2017) el *Aja* tiene que ver con el mal, es la perversión en la celebración y festividad religiosa, una mezcla de lo divino con lo maligno o de lo bueno y lo malo. En el fondo no es otra cosa que el principio de equilibrio de energías tan importante para el pueblo andino.

Por su parte, Aurelio Chalán (comunicación personal, 14 de marzo de 2017) coincide en que el nombre del *Aja* proviene del resultado de la onomatopeya que va pronunciando constantemente el personaje en el Pase, que no es otra que ¡ajaa! ¡ajaa! De donde procedería su nombre. Lo mismo señala José María Vacacela, cuando nos indica que son cuatro los *Aja* que participan de la festividad y su función es hacer bromas y animar las fiestas. Uno de ellos es el principal y coordina a los otros tres, además de encargarse de que todo el mundo tenga comida (repartir la comida también) y organizar los bailes durante el Pase.

- Características formales del *Aja* en Saraguro:

El *Aja*, además de ser conocido por su característico ¡ajaa! Que parece le da nombre, habla durante su participación en las celebraciones. Según Luis Francisco Andrade (comunicación personal, 14 de marzo de 2017) el *Aja* puede ir hablando a lo largo de su recorrido, al tiempo que realiza sus bailes, pero lo que hace es cambiar el tono de voz para que nadie le reconozca.

Para Luis Lozano (comunicación personal, 14 de marzo de 2017), al emplear la voz ¡ajaa! lo que nos quiere decir el personaje es ¡ya estoy aquí!; respétenme!; ríndanme culto! Al tiempo que en el Pase cambia la voz cuando profiere algunas palabras.

Luis Vacacela nos señaló (comunicación personal, 14 de marzo de 2017) que rara vez el *Aja* habla, aparte del ¡ajaa! No suele conversar con las personas, ni siquiera cuando se topa con amigos. Durante los bailes, también según Luis, el *Aja* no habla, ya que su papel es divertir y atender a la gente, incluso cuando se hace el reparto de la comida. En caso de necesitar hablar lo que hace es cambiar el tono de voz, algo en lo que también coincide

Aurelio Chalán, con el fin de que no se reconozca a la persona que lo está representado, de forma que las personas, al referirse a él lo tiene que hacer por el nombre de *Aja* (Aurelio Chalán, comunicación personal, 14 de marzo de 2017).

Como ya hemos señalado, la vestimenta del *Aja* es la que le confiere el estado de salvajismo o procedente de las montañas y páramos. El musgo que lo cubre representa al páramo o la montaña, lleva unos cuernos de venado que representan lo sagrado. Según Luis Francisco Andrade (comunicación personal, 14 de marzo de 2017) el fuele que lleva en su mano lo usa para asustar y, dado el caso, para dar con él a alguien que se esté comportando mal durante la celebración. Luis Lozano nos narra que además lleva un sombrero confeccionado de lana de borrego con betún o cera negra para darle dureza y que pueda aguantar los cuernos de venado, al tiempo que sirve de soporte para el pelaje de musgo (figura 2). El musgo procede normalmente de Vilcabamba o Malacatus, lugares más cálidos, ya que en su comunidad casi no se encuentra, armando todo el musgo como si fuera un cabello largo que arrastran hasta el suelo cubriendo a todo el personaje. Durante la danza, el *Aja* mueve la cabeza de delante hacia atrás y a los lados, de forma que a lo largo de la semana de celebración va perdiendo el musgo. El resto de la vestimenta está compuesta por una máscara de lana de color amarillo, con ojos grandes que se hacen de vidrio para que brillen y dientes salientes confeccionados con latas de sardinas, también para que brillen y creen una sensación de respeto. El traje se completa con un saco, un pantalón largo de mestizo (en lo que coinciden todos los interlocutores) y botas con polaina en la anilla con cordones, con la finalidad de ir protegidos durante los bailes aparte de darle un sentido de grandeza y majestuosidad. En sus manos porta una rienda larga de cuero de res trenzado para imponer y para castigar a las personas que se burlan de él o que comenten alguna irregularidad en la fiesta una vez que las personas que participan generan peleas por el exceso de alcohol, de forma que tiene una función disciplinaria. (comunicación personal, 14 de marzo de 2017)

Para Luis Vacacela (comunicación personal, 14 de marzo de 2017) los cuernos de venado que porta el *Aja* representan el mal (aquí vemos una influencia clara del catolicismo, donde todo lo que lleva cuernos está sincretizado con el diablo), ya que identifica los cuernos con el mal o con el diablo, aunque sabemos que para los pueblos indígenas andinos los cuernos de venado tienen más bien un sentido de divinidad de la montaña.

Por otra parte, el baile característico del *Aja* en la celebración, según Luis Francisco Andrade, se trata de tres pasos diferentes, con música propia interpretada con violín. (comunicación personal, 14 de marzo de 2017)

Para los entrevistados sí se requiere de unas características para poder representar al *Aja* en las celebraciones. Por un lado, es lógico que deben sentir la música y la danza, además de aprenderse la coreografía. El *marcantaita* el que selecciona a los músicos un año antes de la celebración, quienes deben enseñar las coreografías a los personajes que participan en el desfile, que son alrededor de unos setenta. A falta de unos tres meses para la celebración, los músicos ya tienen el grupo formado y están practicando todas las tardes con las coreografías y los bailes. El *marcantaita* está pendiente de que todo se desarrolle bien, de forma que cuando creen que están listos hacen un simulacro llamado *chaki ricuana* (ver cómo estás), donde el músico presenta al *marcantaita* todo lo que ha preparado para la celebración para que éste de el visto bueno, esto suele suceder un mes

antes de la festividad. De forma que el desfile tiene una preparación muy rigurosa y minuciosa, así el *Aja* mayor hace de jefe de todo el elenco junto con el músico (Luis Lozano, comunicación personal, 14 de marzo de 2017). Para Aurelio Chalán, también se trata de todo un proceso el poder representar al *Aja* en la comunidad de Saraguro, así nos indica (comunicación personal, 14 de marzo de 2017) que empezó saliendo al desfile como *saraguis*, después como pailero, oso, león, wiki y, por último, pudo participar como *Aja*. Pero no se puede iniciar como *Aja* mayor, sino que se inicia como *Aja* secundario. El sincretismo religioso aparece cuando nos señala que debe cumplir el papel de *Aja* durante doce años (otros interlocutores nos indican que son 7 los años) y que solo una vez que has cumplido con este compromiso puedes entrar al cielo católico.

- Evolución de la figura del *Aja* en Saraguro:

Luis Francisco Andrade señala que antiguamente el *Aja* utilizaba las polainas de piel de ganado, largas hasta las rodillas. En la actualidad, como es difícil conseguir polainas de ese material, se ponen botas de caucho. Sin embargo, en fotos más antiguas se puede observar como el *Aja*, para parecer más salvaje, aún salía completamente descalzo (algo en lo que coincide en su relato Aurelio Chalán).

Para Luis Vacacela, hay más cambios de forma que de fondo en el *Aja* de Saraguro, antiguamente tenían unas funciones que se han ido perdiendo con el tiempo, como atender a la gente que llegaba a la fiesta y darles de beber chicha o comer caldo, siempre con su traje puesto.

Luis Lozano comenta que cuando él era niño llevaba menos musgo e iba sin zapatos, de forma que parecía más salvaje. Por otra parte, de los cuatro *Aja* había dos mayores y dos menores, que se diferenciaban porque los menores se ponían un musgo verde encima del musgo grisáceo y los mayores llevaban solo el musgo grisáceo. Además, en la actualidad, ha aumentado el número de *Aja*, participando hasta 8 y doce.



Figura 2. Representación del sacharuna en Saraguro (fotografía Rubén Broncano)

- Historias de Saraguro relacionadas con el *Aja*:

Es curioso que algunos de los entrevistados en Saraguro (igual que en otras regiones de la Sierra), asimilan al *sacharuna* con el *chuzalongo*, cuando son dos seres mitológicos que no tienen nada que ver entre sí, solo que habitan el páramo. Así, para Luis Lozano (comunicación personal, 14 de marzo de 2017) es un personaje extraño al humano, que vive en el páramo o la montaña y (como el *chuzalongo*) tenía un miembro masculino muy largo que cargaba al hombro o envolvía al cuello y era peligroso porque asustaba a las mujeres diciendo que las mataba con su enorme miembro si andaban solas por el monte.

Aurelio Chalán nos narra que el *Aja* se relaciona con la leyenda del *Sacha Laicho*, un mestizo que se fue al páramo y se quedó allí de forma que con el tiempo se convirtió en salvaje. (comunicación personal, 14 de marzo de 2017)

Muy interesante es la comunicación oral que nos realizó uno de los integrantes más influyentes de la comunidad Saraguro, José maría Vacacela, para quien desde el período incaico toda actividad concluida era motivo de celebración, al concluir el arado del campo, una casa, el tejido de un poncho, el pelado del monte, etc. Todo se celebraba con comida, música y baile, en comunidad con todos. De forma que en la antigüedad todo era motivo de celebración, pero no con el significado de las fiestas de la actualidad en que todo se hace solo por diversión, sin más, sino que las fiestas en ese tiempo tenían un sentido, para poder celebrar una fiesta las personas debían haber cumplido una meta, un objetivo, un resultado con una satisfactoria culminación. Así las fiestas eran fruto de la culminación de un aprendizaje y de una responsabilidad adquirida. A la vez, el resultado, era la evaluación del trabajo concluido, de forma que durante la celebración se iban indicando las fallas que había tenido el trabajo a cada uno de los integrantes del mismo, de forma que sirve como proceso de aprendizaje y de llamado de atención para mejorar en las ocasiones siguientes. Todas estas celebraciones mencionadas se sintetizan en las cuatro grandes celebraciones del mundo andino, como son los cuatro *raymi* y que tienen relación con el aspecto agro-ecológico. La forma que tienen los conquistadores de controlar al indígena en la época de la colonización no es otra que interponiéndose en su espiritualidad y celebraciones, uno de los exponentes más característicos de esto que señalamos es el sincretismo que se hace entre el nacimiento de Jesús y el *Capaq Raymi*, adoptando las celebraciones de Navidad todo el ritual andino y sus personajes, entre los que por supuesto se encuentra el *sacharuna*.

Según Vacacela, en toda celebración debieron actuar estos personajes, incluido el *sacharuna*, expresando sus emociones mediante *takis*, es decir, versos cantados, mediante los cuales introducían la alegría en la fiesta. El *Aja* y el *Wiki* eran los espíritus de la montaña que bajaban para la celebración de las fiestas y se transforman con las melodías. Con respecto al *Wiki*, era el encargado de señalarte todo aquello que estabas haciendo mal, todo aquello que no estaba bien visto por la sociedad; mientras que el *Aja*, llegaba con su traje de musgo, cuernos de venado y una careta de lana que impedía ver su cara, más una rienda en su mano que utilizaba para orientar. Para Vacacela existían cuatro *Aja*, uno relacionado con cada punto cardinal, con lo que venían de las cuatro direcciones, tan importantes en el mundo andino y para las cuatro celebraciones o *Raymi* principales. También el *Wiki* tiene la función de contrarrestar todo lo bueno, intentado hacerte pecar

o hacerte caer en la tentación; mientras que el *Aja* se presenta haciendo un sonido de ¡ajaa! ¡ajaa! Todo parece indicar que además de traer todos los elementos y bendiciones del páramo, el *Aja* y el *Wiki* eran equilibradores de las energías positiva y negativa, algo necesario en la cosmovivencia andina para que exista el equilibrio y que el pueblo siga viviendo en paz y armonía. La celebración festiva no puede ser solo de una, según la tradición prehispánica tiene que existir una fuente dual de energía positiva y negativa. (José María Vacacela, comunicación personal, 14 de marzo de 2017)

La fiesta de Saraguro en la que interviene el *sacharuna* o *Aja* discurre entre el 21 de diciembre y el 5 de enero en que llegan los tres Reyes Magos a entregar presentes a Jesús, en este punto coincide con el Pase del Niño de Riobamba. Con la diferencia de que en Saraguro, cuando culmina la fiesta el 6-7 de enero, el músico agradece su participación y le devuelve la personalidad y el ser natural como persona a quien ha interpretado el papel de *Aja*. El *Aja* tiene que cumplir su papel de espíritu de la montaña durante 7 años, una vez que la persona cumple con la función durante este tiempo queda librado de la misma y pasa a otro.

Con respecto a la vestimenta, según Vacacela, el traje de musgo, los cuernos de venado y la careta de lana, se mantienen posiblemente desde la antigüedad, con los añadidos modernos como zapatos, pantalones y camisa, además del cinturón de cuero. (José María Vacacela, comunicación personal, 14 de marzo de 2017)

Visión del Sacha Runa en Cañar:

Para la región de Cañar, acudimos a realizar entrevistas a diversas personalidades de la región, por un lado un estudioso del mundo cañari con varias obras al respecto, Mario garzón; por otro a Pedro Solano, profesor en el Instituto Quilloay; a Ranti Chuma, miembro del Departamento de Turismo de Cañar; y a Mercedes Chuma, conocida como Mama Michi y una de las mamás más influyentes de la región.

Por su parte, Garzón, nos narra que el significado del nombre hace referencia a lo agreste, lo salvaje. Tiene conocimiento del personaje desde el año 1983, cuando recogía información oral para uno de sus libros. Para él es un hombre silvestre que habita las montañas y que al tiempo las cuida, resguarda muy celosamente la vegetación y los animales que allí viven, ya que los que aseguran haberlo visto dicen que aparece junto a manadas de venados, lobos, leopardos, etc. Aparece representado en su estado natural, sin ropa y no se caracteriza más que con el atuendo de la montaña o del páramo. Para él es un personaje inventado por los indígenas y que se asocia con lo silvestre, tal es así que las leyendas cuentan que se puede ver al *sacharuna* acompañado de los animales silvestres. (comunicación personal, 28 de marzo de 2017). Todo parece indicar que en el ideario mestizo del Cañar ha desaparecido la figura del *sacharuna* como tal en las festividades y celebraciones y solo se conserva la leyenda.

Pedro Solano (comunicación personal, 28 de marzo de 2017) señala que *sacharuna* significa hombre del bosque o de la selva, y los diferencia porque la región de cañar se divide a su vez en dos subregiones, una de la Sierra y otra Subtropical, donde tenemos estos dos tipos de vegetaciones diferentes. Él asimila al *sacharuna* erróneamente con el *chuzalongo*, el mismo ser mítico que mencionan algunos comunicantes en Saraguro que

se representa con un gran miembro viril, vive en el bosque y se aparece para abusar de las mujeres que se pierden en la zona. La vestimenta que menciona Pedro para el *sacharuna* consiste en una cusma que amarran a la cintura, lleva cintos rosados o rojos en el pecho y un poncho multicolor con los siete colores del arco iris, además lleva sombrero que en la parte del medio posee cintas de colores. También lo representa como un ser de pequeña estatura y una vestimenta de los antiguos cañari con blanco y negro, tiene la particularidad de poseer un miembro viril exagerado y busca doncellas que anden solas por el monte. De forma que una vez más vemos como los mestizos confunden al *sacharuna* con el *chuzalongo*.

Por su parte, Ranti Chuma, de la Oficina de Turismo de Cañar, señala que el *sacharuna* es un personaje que habita en la parte baja de la región. Para él, la vestimenta es la misma de la naturaleza, aunque también usa un poncho multicolor, ya que los citados colores entrelazados y variados significan los elementos naturales de la zona. Cuenta la leyenda de un joven indígena que era discriminado por el resto y no le invitaban a ninguna de las fiestas, un día se le apreció el espíritu de la montaña (*sacharuna*), de donde copió la ropa y le dijo que él sería el danzante en las fiestas, le puso espejos (como sucede con el *sacharuna* de Riobamba) y cascabeles en los pies, de forma que la gente pensaba que era el ángel, así podía acudir desde entonces a las fiestas disfrazado. (comunicación personal, 28 de marzo de 2017)

Para Mama Michi (figura 3), el *sacharuna* es también el hombre de la montaña, el espíritu que vive en el monte y se representa como un duende, cuida la naturaleza y todos los seres que allí habitan. Para ella, este espíritu de la montaña puede darte un mal aire, es lo que ellos llaman “coger cerro” y cuando te sucede tienes malestares, no concillas el sueño, tienes angustia, rabia, etc. (comunicación personal, 28 de marzo de 2017)



Figura 3. Entrevista a Mama Michi en Cañar (fotografía Rubén Broncano).

Visión del Sacha Runa en la comunidad de Sacha Runa:

Curiosamente, en Ecuador, existe una comunidad que se llama precisamente Sacha Runa. Se sitúa en la parroquia Shell (Mera, Pastaza). Aquí se realizó la entrevista al presidente de la comunidad, Cléver Mayancha (comunicación personal, 11 de abril de 2017). Se trata de una comunidad con veintidós años de existencia, los primeros pobladores y fundadores fueron cinco familias que venían del interior de la provincia de Pastaza y pertenecían a diferentes pueblos originarios: *quichua*, *shuar*, *achuar* y *wawa*. Las cinco familias se unieron para crear la comunidad, a la que pusieron el nombre de Sacha Runa, es decir, hombres de la selva, ya que ellos venían de la Amazonía. Según sus palabras, no tienen ninguna festividad en la que alguien se vista del espíritu de la selva, aunque sí poseen leyendas o mitos en referencia al propio espíritu que habita en la misma, este se relaciona con las características de la cosmovisión de los amazónicos, donde *Arutam* lo es todo como divinidad.

Representación del Sacha Runa en el Pase del Niño de Riobamba:

Una vez hecho un recorrido por los principales lugares donde aparece mencionado el *sacharuna*, siempre relacionado con el espíritu de la montaña o de la selva, llegamos al personaje significativo que participa en el Pase del Niño Rey de Reyes de Riobamba.

En cuanto a lo que entienden los pobladores de la ciudad de Riobamba en el Pase del Niño como *sacharuna*, debemos decir que en todas las entrevistas realizadas, tanto los que hacían de *sacharuna* como los asistentes, tienen claro que la función del mismo no solo es alegrar a la gente, sino también asustarlos (algo que iría en contra de la concepción indígena, como ya vimos), también realiza una función de enaltecimiento del nombre del Niño Rey de Reyes. Otros participantes sí señalan la función protectora del *sacharuna*, de forma que se introduce en el Pase del Niño para cuidar el propio Pase, también lleva el traje de musgo que representa lo silvestre y un látigo en la mano para imponer ese orden y proteger el desfile. De forma que presenta un carácter proteccionista venido de la montaña que participa en los desfiles católicos con la misma intención.

En Riobamba, según la información de Pablo Narváez, Director de Cultura del Municipio y gran estudioso del Pase del Niño, se cuenta que el *sacharuna* llegaba desde el Oriente vestido de vejucos para participar en las fiestas que se realizaban en la Sierra. Era un personaje bastante robusto, imponía terror y miedo por su fuerza y lo hacía para demostrar su poder. Posteriormente fue formando su identidad con la aculturación católica en época colonial y es introducido con esos mismos elementos en la fiesta religiosa del Pase del Niño. El *sacharuna* de Riobamba también va vestido completamente con musgo y una máscara que demuestra fealdad, de color verde ya que está vinculado con la selva y la naturaleza (figura 4). Cada elemento que porta tiene una simbología: el látigo lo utiliza para poner orden en la fiesta y para demostrar su ira y poder; en su mano izquierda porta un espejo en el que, según nuestro interlocutor, siempre se está mirando y haciéndole mirar a las personas que participan del desfile, a modo de comparación, siendo una persona vanidosa según la percepción del riobambeño. Generalmente se acompaña de danzas y ritmos de carácter tradicional como el yumbo, un compás binario con el que suele seguir su danza. Su atuendo, con el tiempo y la dificultad de conseguir musgo (un

liquen muy delicado y en peligro de desaparición), se ha reemplazado por cabuya. El *sacharuna* de Riobamba no tiene lenguaje, no se comunica con los asistentes al Pase, solo utiliza bramidos tipo ¡grrrr! ya que representa a un ser salvaje. Al tiempo, es un personaje que ha ido desapareciendo de las festividades de Riobamba y ha sido sustituido poco a poco por el gorila, como ser de la selva. (comunicación personal, 6 de junio de 2017)

El *sacharuna* como tal ya solo aparece en los Pases del Niño en las festividades de Riobamba y de la provincia de Chimborazo, en todos los que se celebran desde los primeros días de diciembre hasta el último del 6 de enero, siendo esta la celebración del Rey de Reyes más importante en donde tenemos su presencia. La citada fiesta del Pase del Niño se celebra en Riobamba muy posiblemente desde época colonial en la antigua Liribamba, tras el terremoto y la fundación de la actual Riobamba en la llanura de Tapi también se debieron trasladar todas las celebraciones religiosas.

Cuenta Pablo Narváez que también en Riobamba se asocia la leyenda del *sacharuna* con la del *chuzalongo*, personaje mítico ya mencionado en otras comunidades serranas. Aquí se identifica el *chuzalongo* con ese ser mitológico andino con un gran miembro viril, una especie de duende que salía en las noches a asustar a la gente y se aprovechaba de las mujeres solteras a las que poseía. Del mismo modo se asocia el *sacharuna* con un ser que salía en la noche y que poseía a las mujeres que andaban solas por el monte.



Figura 4. Imagen de otro sacharuna en el Pase del Niño Rey de Reyes de Riobamba (fotografía Érika Arellano)

Conclusiones

Del trabajo etnográfico podemos destacar que en las propias comunidades no hay un acuerdo en cuanto algunas de las características y funciones del *sacharuna*. En el caso de Saraguro, nos relatan unos que la función del *Aja* es la de divertir a la gente, casi todos están de acuerdo en que la función antes era la de poner orden, dar estabilidad a la fiesta y repartir comida y bebida entre los presentes. En cuanto a la indumentaria si que es unánime en que antiguamente el *Aja* siempre iba descalzo, posiblemente para resaltar esa función salvaje como espíritu que baja desde la montaña, mientras que en la actualidad han optado por la comodidad en las prendas que se utilizan. Todos coinciden en que la indumentaria básica desde que lo conocen es el musgo (que varía de color según la antigüedad en la función de la persona que lo representa), el sombrero que sirve de sujeción a los cuernos de venado y la careta o máscara amarilla hecha con lana de borrego.

En la región de Cañar, por el contrario, aunque conocen de la leyenda del *sacharuna*, no lo representan en las festividades. De forma que existe solo como leyenda: el espíritu de la montaña que cuida todo lo silvestre y a los animales que allí habitan. Es quizás la zona donde sigue siendo un ser mitológico que trae la bondad pero que además puede traer malas energías si haces un mal acto en la naturaleza.

En Riobamba, el *sacharuna* aparece ya únicamente en el Pase del Niño Rey de Reyes y, sobre todo, en el pase más importante que es el del 6 de enero. Allí se sincretiza con la religión católica y aparece como protector, no ya de la naturaleza o el monte, sino como protector del Niño, de forma que también queda la reminiscencia ancestral del ser protector, equilibrar la festividad con su característico espejo donde muestra lo horrible y lo bello, poner orden con su látigo cuando la fiesta se está excediendo, etc. En la provincia está empezando a desaparecer de los pases y siendo sustituido por el gorila, que ocupa su sitio como ser salvaje pero ya perdiendo la característica dual de protector de la naturaleza y traedor de los bienes de la montaña. Motivo por el cual creemos debe ser registrado y protegido de su desaparición total de la memoria indígena andina.

Bibliografía

- Brewer, J. D. (2000). *Ethnography*. Buckingham: Open University Press.
- Chalán, L. A. et alii (1994). *Los saraguros. Fiesta y ritualidad*. Quito: Abya-Yala.
- Galindo, J. (1987). Encuentro de subjetividades, objetividad descubierta. La entrevista como centro de trabajo etnográfico. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* I, nº 3, pp. 151-183.
- Geertz, C. (1988). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Knoblauch, H. (2005). Focused Ethnography. *Forum: Qualitative Social Research*. Septiembre de 2005. <http://www.qualitative-research.net/>
- Luna Murillo, M. J. (2015). *Valorización turística del personaje tradicional “sacha runa” para la difusión del patrimonio intangible en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. Tesis de Grado. Riobamba: ESPOCH.

Lurker, M. (1992). *El mensaje de los símbolos, mitos, culturas y religiones*. Barcelona: Herder.

Quinatoa, E. (2004). *Catalogo de máscaras, origen y vigencia en el Ecuador*. Quito: BCE.

Taípe León, S. F. (2016). *Historia de las fiestas populares religiosas y su incidencia sociocultural en la vida de los habitantes de Riobamba desde el año 2000 hasta la actualidad*. Tesis de Grado. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.

Torres Fernández de Córdova, G. (1982). *Diccionario Kichua-Castellano*. Cuenca: Casa de la Cultura Ecuatoriana.

Vallejo Espinoza, G. (2012). *Investigación de personajes míticos en celebraciones folclóricas riobambeñas y aplicación en muñecos para niños de 8 a 10 años*. Tesis de Grado. Riobamba: ESPOCH.

(Julio 2017)

PROPUESTA DEL PROYECTO ECO-AGRO-TURISMO EN LA COMUNIDAD DE ZACANGO, MUNICIPIO DE VILLA GUERRERO, ESTADO DE MÉXICO

Dra. en Educ. María del Carmen Magallanes Méndez

Maestra de Tiempo Completo del Plantel Dr. Ángel Ma. Garibay Kintana.
Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex).
magallanescar@yahoo.com.mx

Mtro. Raúl Juárez Toledo

Maestro de Plantel Cuauhtémoc Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex). raultoledo85@hotmail.com

Mtro. en D. Werther Juárez Toledo

Maestro de Tiempo Completo del Centro Universitario UAEM (UAEMex).
wjuarez12@yahoo.com.mx

Resumen

Somos testigos de una realidad latente: las grandes brechas de desigualdad económica y social en el mundo. México no es la excepción. Ante este escenario, los autores consideramos prioritario establecer esquemas alternos a los programas gubernamentales, que permitan a las comunidades explotar proyectos de sustentabilidad.

Surge el eco-agro-turismo como una alternativa de desarrollo económico, en aquellas zonas que, tanto por sus bellezas naturales como por aquellas actividades humanas, impliquen la explotación de recursos de una manera armónica con el medio ambiente.

A través del presente documento, se expone la idea de sustentabilidad y los criterios que a nivel mundial regulan a la misma. Poniendo especial énfasis en las actividades económicas como la eco-agro-ecología.

Enseguida, se hace un estudio fáctico de la zona de Zacango, Municipio de Villa Guerrero, la cual, por sus condiciones naturales así como por su actividad floricultora, es una región que permitiría impulsar esta modalidad de despegue económico y, con ello, tener alternativas que impulsen el desarrollo económico sustentable, propiciando la erradicación paulatina de la pobreza.

Palabras clave: Sustentabilidad, pobreza, desigualdad, economía.

Presentación

La Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo fue la que propuso por primera ocasión, la definición de "Desarrollo Sustentable (DS)", presidida por la entonces Primer Ministra de Noruega, Gro Brundtland (1987), que indica que el desarrollo sustentable "Es el que satisface las necesidades del presente sin dañar la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades". La publicación de "Nuestro Futuro Común" (1987) -Informe Brundtland- hace referencia al planeta Tierra como un sistema holístico y propone la sustentabilidad como medio para el cambio de nuestro futuro.

De igual forma encontramos otras definiciones de desarrollo sustentable que manejan como referencia la protección de los ecosistemas para el desarrollo de las actividades económicas. Entre ellas destacamos el documento "*Caring for the Earth*" (IUCN/UNEP/WWF, 1991), donde se expone que **el desarrollo sustentable expresa mejorar la calidad de vida de los seres humanos** y mantener la capacidad de carga de los ecosistemas que soportan la vida.

En la actualidad, y a más de dos décadas de distancia, se percibe a nivel mundial que dichas expresiones distan mucho de la realidad. Lo anterior basado en el informe 210 de OXFAM (2016) en el que manifiesta “La desigualdad extrema en el mundo está alcanzando cotas insoportables. Actualmente, el 1% más rico de la población mundial posee más riqueza que el 99% restante de las personas del planeta”.

Situación a la que México no escapa, ya que de acuerdo al Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2014), únicamente 2 de cada 10 mexicanos (20.5%) no son pobres ni vulnerables; 46.2% de la población mexicana presenta pobreza entre moderada y extrema; 26.3% es vulnerable por carencia social y 7.1% vulnerable por ingreso.

En el caso particular, centramos el presente estudio en el Municipio de Villa Guerrero, Estado de México, el cual tiene un 68.4% de la población que se encuentra en pobreza tanto moderada como extrema (50.1 y 18.3 por ciento respectivamente); el 27.4% de la población es vulnerable por carencia social y el 0.6% por ingreso, contrario a ello únicamente el 3.5% de la población municipal no es pobre y no vulnerable.

Con esos datos en la mano y de acuerdo a Juan, Pérez (et.al.2015), se distingue que el crecimiento de la producción o de la riqueza nacional no garantiza mejores niveles de vida y una mejor calidad de vida, sino todo lo contrario, ya que el propio sistema se ha encargado de demostrar que el crecimiento económico sólo ha traído pobreza a la mayoría y riqueza a unos pocos. Hay cuestiones éticas fundamentales sobre la sustentabilidad de una estructura global que perpetúa altos grados de desigualdad internacional, nacional, regional y local, basado en un sistema político, social, cultural y económico que aparenta ser omnipotente, eterno, racional y natural, además de reproducirse en toda la geografía del planeta. El Reporte Brundtland (1987) en su definición de desarrollo sustentable presenta de forma implícita la **reconciliación entre economía y ecología** para las generaciones presentes y futuras, para satisfacer sus necesidades económicas, ecológicas, y culturales, respetando la capacidad de carga de los sistemas ecológicos y sociales.

Con base en lo referido en los párrafos anteriores, un grupo de tres profesores de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx), propone una Ruta en la cual se impulse el Agro-eco-turismo en la Comunidad de Zacango, Villa Guerrero, estado de México.

Con el propósito es introducir el turismo rural, como una alternativa para la población, de obtener ingresos económicos alternativos y/o complementarios, aprovechando los espacios geográficos actualmente ocupados por invernaderos, donde se producen flores de diferente especie asentados en la comunidad de Zacango, municipio de Villa Guerrero, lo anterior

como una forma de aporte a la diversificación del producto turístico mexiquense. Para desarrollar esta nueva visión se tendría que preparar un proyecto aplicado a la realidad local donde se dé a conocer un proyecto innovador de emprendimiento turístico.

Considerando al **agroturismo** como experiencias que se realizan durante un viaje en un medio rural de vocación agrícola o simplemente la visita turística a una empresa de vocación agrícola. Y al **ecoturismo** como aquella que engloba un conjunto de actividades turísticas practicadas también dentro de un territorio rural, pero donde el impacto humano es mínimo; es decir, en un espacio donde todavía se preserva la naturaleza en su estado natural, tanto los factores bióticos y como los abióticos (Santiago-Romero Héctor, 2013).

Desarrollo Sustentable

En términos económicos, el Premio Nobel John Hicks conceptualizó la sustentabilidad en 1946 al definirla como el capital natural o financiero que puede permanecer durante un período y aún ser un bien al final de dicho período (citado por Nasrin 2011). En 1991, Solow (citado por Nasrin, 2011), define a la sustentabilidad como *“una obligación o norma de conducta hacia nosotros mismos para dejar al futuro las opciones y capacidades de tener bienestar como nosotros, y no satisfacer nuestras necesidades empobreciendo a nuestros sucesores”*. Pearce (citado por Wheeler, 2004), afirma que la sustentabilidad requiere como mínimo mantener un monto constante del capital natural, mientras que Goodland (1995) define al desarrollo sustentable como “mantener el capital y los recursos naturales”.

El desarrollo sustentable permite el máximo consumo presente manteniendo el capital constante para su consumo futuro. Así, la siguiente generación debe recibir un capital agregado similar o superior al presente. Ésta es la regla denominada “del capital constante” o de sustentabilidad débil. Uno de los supuestos cruciales para la sustentabilidad débil es que la naturaleza es simplemente otra forma de capital, según los supuestos de la economía clásica.

Al relacionar el desarrollo sustentable con el impulso del agro-eco-turismo¹, se concibe esta actividad como una alternativa para una parte de la población de la comunidad de Zacango, Villa Guerrero y que con ello pueda apoyar la satisfacción de necesidades básicas como: alimentación, salud, educación, trabajo, vivienda y cultura,

¹¹ El agro-eco-turismo, tiene diversas variantes, aprovechando las bellezas naturales, como aquellas en donde interviene la mano del hombre. Tenemos como ejemplo los invernaderos de flores.

Este proyecto se percibe bajo el concepto interdisciplinario de sustentabilidad, en el que se considera un enfoque tripartida donde se vincula la economía, la naturaleza, y la sociedad, debido a las características complejas e interdependientes de los sistemas sociales y naturales.

Y se retoma lo sugerido por Nasrin (2011) citado en Juan, Pérez (et.al.2015), donde expone lo siguiente:

1) **Sustentabilidad económica:** se enfoca en la porción de los recursos naturales que proveen los recursos físicos, renovables y no renovables. En términos económicos se describe como el “mantenimiento del capital”, donde este último debe ser entendido como el generado por el hombre.

2) **Sustentabilidad ecológica:** enfatiza los recursos físicos del proceso de producción, por ejemplo, la atmósfera, agua, suelo, como soporte ambiental para la vida. La capacidad de servicio del ambiente debe ser mantenida para apoyar la sustentabilidad económica y social, por lo tanto el daño del ambiente por actividades humanas irreversibles es incompatible con la sustentabilidad ecológica.

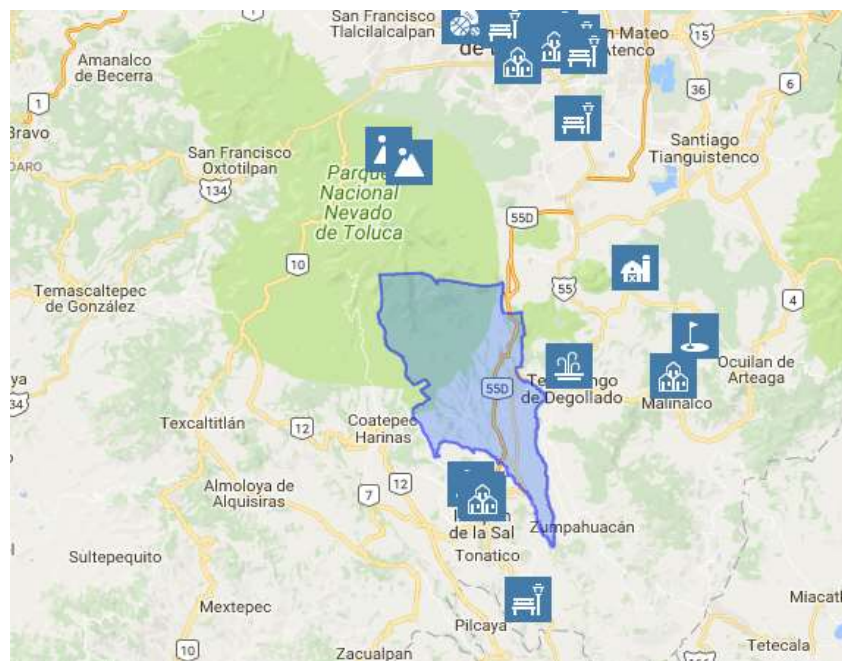
3) **Sustentabilidad social:** exalta el desarrollo humano como objetivo primario del desarrollo sustentable. La sustentabilidad ecológica, o el mantenimiento del sistema natural de soporte vital, es el pre-requisito predominante de la sustentabilidad social.

Los conceptos referidos nos permiten entender que cualquier acción que no sea social, ecológica, o económicamente viable, no será sustentable, pues los mismos coinciden en que la sustentabilidad consiste en la búsqueda de la protección del ambiente, el bienestar económico y social.

Localización geográfica de Implementación

Villa Guerrero es un municipio del Estado de México, ubicado en el Altiplano Central Mexicano. Geográficamente se localiza entre las coordenadas 18° 48' 58" y 19° 03'34" latitud norte y 99° 42'03" y 99° 45'17" longitud oeste (IGECEM 2016). El territorio presenta diferentes altitudes, la mínima es de 2500 metros sobre el nivel del mar (msnm) y la máxima de 4200 msnm y con un clima templado subhúmedo. La cabecera municipal tiene una altitud media de 2160 msnm. (Mapa No. 1).

Mapa No. 1. Ubicación de Villa Guerrero, estado de México



Fuente: <http://www.heraldo.com.mx/estado-de-mexico/villa-guerrero/mapa/>

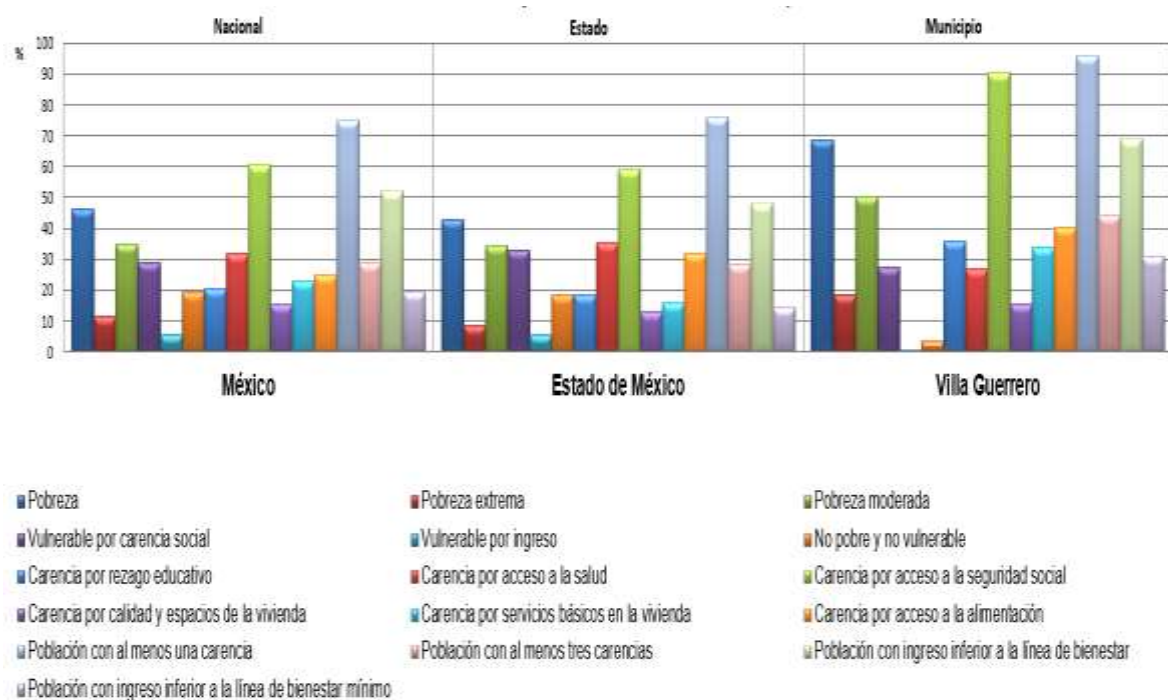
Situación socioeconómica del municipio de Villa Guerrero

En Villa Guerrero como se puede apreciar en la imagen 1, que 7 de cada 10 habitantes del municipio son pobres², y 2 son pobres extremos³; 9 de cada 10 personas tienen carencia por acceso a la seguridad social; 4 de cada 10 presenta carencia por acceso a la alimentación y el mismo número de habitantes presenta rezago educativo. En el municipio se advierte una situación álgida, por ello se propone promoverlo a través de las actividades de eco-agro-turismo, ya que el municipio posee una riqueza natural única y a la vez promover su principal actividad agrícola que se refiere al cultivo de flor.

Imagen No. 1. Porcentaje de población, según indicadores de pobreza seleccionados en el estado de México, 2010

² Una persona se encuentra en situación de pobreza cuando tiene al menos una carencia social (en los seis indicadores de rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, servicios básicos en la vivienda y acceso a la alimentación) y su ingreso es insuficiente para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades alimentarias y no alimentarias. Glosario, CONEVAL.

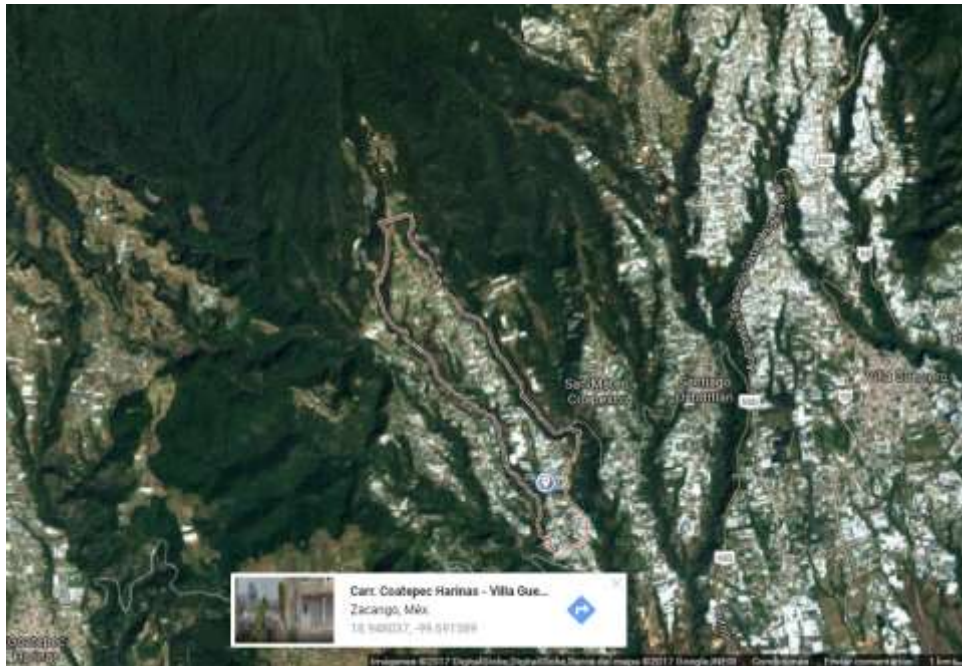
³ Una persona se encuentra en situación de pobreza extrema cuando tiene tres o más carencias, de seis posibles, dentro del Índice de Privación Social y que, además, se encuentra por debajo de la línea de bienestar mínimo. Las personas en esta situación disponen de un ingreso tan bajo que, aun si lo dedicase por completo a la adquisición de alimentos, no podría adquirir los nutrientes necesarios para tener una vida sana. Glosario, CONEVAL.



Fuente: CONEVAL, Recuperado en: <http://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Tablas-dinamicas-municipales.aspx>

El proyecto “agro-eco-turismo” se sustenta en impulsar el turismo en la Comunidad denominada “Zacango” que pertenece al municipio de Villa Guerrero, se encuentra en una altitud media de 2, 215msnm y cuenta con 3, 586 habitantes de los cuales el 7,75% de la población es analfabeta (el 7,71% de los hombres y el 7,80% de las mujeres) y el grado de escolaridad es del 5.73 (5.47 en hombres y 5.97 en mujeres).

Foto No. 1. Ubicación de Zacango, Villa Guerrero



Fuente: [https://www.google.com.mx/maps/place/Zacango,+M%C3%A9x./@18.9802363,-](https://www.google.com.mx/maps/place/Zacango,+M%C3%A9x./@18.9802363,-99.741239,12837m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x85cdbc9da72f170d:0xd2f7fd122d3d9060!8m2!3d18.9444822!4d-99.6901279)

[99.741239,12837m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x85cdbc9da72f170d:0xd2f7fd122d3d9060!8m2!3d18.9444822!4d-99.6901279](https://www.google.com.mx/maps/place/Zacango,+M%C3%A9x./@18.9802363,-99.741239,12837m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x85cdbc9da72f170d:0xd2f7fd122d3d9060!8m2!3d18.9444822!4d-99.6901279)

En la localidad se impulsará el turismo en la localidad mediante paseos que promuevan el medio rural y su vocación agrícola, específicamente el cultivo de flor entre las que podemos destacar: La rosa, Gerbera, Lisantius, entre otros y visitar empresas que se dedican a ello. Al mismo tiempo se realizará el ecoturismo, debido a que esta zona como ya se mencionó está ubicada en el Altiplano Central Mexicano y tiene una topografía única, donde se puede apreciar bosque, barrancas, cascadas, se puede pescar y escuchar los sonidos propios de la fauna de la región. Este es un espacio geográfico en el cual todavía se salvaguarda la naturaleza en su estado natural (Fotografía No. 1 y 2).

Fotografía 2. Invernaderos en Zacango



Fuente:

<http://www.nuestro-mexico.com/Mexico/Villa-Guerrero/Zacango/>**Fotos propias**



Conclusión

El promover actividades eco-agro-turismo es un “ganar-ganar”, la población que viaja por placer conocerá la actividad florícola y lo que representa, además de conocer más sobre la naturaleza y así podrá interiorizar lo que significa su conservación y preservación. Al mismo tiempo que la población mexiquense se sorprenderá de las maravillas que tiene cerca de su entorno.

Paralelo a ello la gente de la comunidad tendrá una derrama económica que le permitirá acceder a una mejor calidad de vida.

Bibliografía

CONEVAL. (s/f). Glosario. Recuperado en: <http://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Glosario.aspx>. Consultado el: 25-06-17.

CONEVAL. (2014). Medición de la pobreza en México 2014. Recuperado en: http://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/AE_pobreza_2014.aspx. Consultado el 22-06-2017.

CONEVAL. (2014). Pobreza a nivel municipio 2010. Recuperado en: <http://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Medicion-de-la-pobreza-municipal-2010.aspx>. Consultado el 18-06-2017.

IGECEM. (2016). Estadística básica municipal del estado de México. México: Gobierno del Estado de México.

Juan, Pérez. et al. (2015). Responsabilidad e Impacto Ambiental en un Territorio del Altiplano Mexicano. Análisis ambiental, sociodemográfico y económico. España: EUMED.

OXFAM. (2016). Una economía al servicio del 1%. Acabar con los privilegios y la concentración de poder para frenar la desigualdad extrema. Informe 210, 18 de enero.

Santiago-Romero Héctor. (2013). Ecoagroturismo y agroecoturismo, conceptos integradores de la actividad turística en el medio rural. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo ISSN 2007 - 2619. Recuperada en: <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/250-984-1-PB.pdf>. Consultada el: 24 de junio, 2017.

(Julio 2017)

TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE: UNA ALTERNATIVA PARA LA SALVAGUARDA DEL PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL E INMATERIAL DE LOS PUEBLOS OTAVALO, KARANKI Y NATABUELA DE IMBABURA.

Nhora Magdalena Benítez Bastidas
Universidad Técnica del Norte
nmbenitez@utn.edu.ec

Anderson David Maldonado Mina
Universidad Técnica del Norte
admaldonadom@utn.edu.ec

Gabriel Álvaro Tapia González
Universidad Técnica del Norte
gatapia@utn.edu.ec

Resumen

El presente artículo sintetiza de forma cuantitativa el patrimonio cultural material e inmaterial de los pueblos indígenas de Imbabura (Otavalo, Karanki y Natabuela). A la vez que constata las realidades y grandes desafíos del turismo comunitario entre estos pueblos, con la finalidad de justificar su práctica como una alternativa conducente a la salvaguarda del patrimonio cultural. Los tres pueblos han sido parte de un proceso histórico, que se ha caracterizado por hechos de despojo, sometimiento y discriminación secular, que unidos al desarrollo socio cultural, económico y religioso, han provocado claramente un fuerte sincretismo, aculturación e, incluso, la transculturización en las formas y modos de vida de estos pueblos. Por lo que, a través de ésta investigación, sus habitantes han manifestado la necesidad de reapropiarse de su legado, a través de la implementación de modelos de desarrollo sostenible. En los últimos años, los pueblos Otavalo y karanki, han venido dinamizado el turismo comunitario, como una estrategia para la salvaguarda de su rico patrimonio cultural, que en complemento con las prácticas agrarias y artesanales, han permitido el mejoramiento del nivel de ingresos económicos de las familias involucradas. Aunque, en medio de evidentes limitaciones sociales y técnicas, pero también de grandes desafíos a mediano y largo plazo.

Palabras clave

Turismo Comunitario, patrimonio cultural, salvaguarda, kichwas.

Abstract

The present article synthesizes of quantitative form the material and immaterial cultural heritage of the indigenous peoples of Imbabura (Otavalo, Karanki and Natabuela). Simultaneously that states the realities and big challenges of the community tourism between these peoples, for the purpose of justifying its practice as an alternative conducive to the safe-conduct of the cultural heritage. Three peoples have been a part of a historical process, which has been characterized by facts of dispossession, subjection and discriminaci3n secular, that joined to the development cultural, economic and religious associate, they have provoked clearly a strong syncretism, acculturation and, even, the transculturizaci3n in the forms and ways of life of these peoples. Therefore, across this one investigation, its inhabitants have shown the need of reappropriarse of its legacy, across the sustainable development models implementation. In the last years, the peoples Otavalo and karanki, have come invigorated the community tourism, like a strategy for the salvagurada of its rich cultural heritage, which in complement with the agrarian and handmade practices, they have allowed the improvement of the level of economic income of the involved families. Although, in the middle of clear social and technical limitations, but also of big challenges to medium-sized and long term.

Key words

Community tourism, cultural heritage, safe-conduct, kichwas.

1. Introducción

El turismo comunitario, en las dos últimas décadas ha sido objeto de estudio de numerosos académicos e investigadores, debido a la importancia que ha cobrado en varias comunidades indígenas, principalmente a nivel de los países andinos. Para Salomone (2009, p.2), “el turismo comunitario se inscribe en ese marco conceptual en el que la demanda valora el intercambio cultural y el aprendizaje vivencial con poblaciones locales”.

A criterio de Macbeth (2001) y Jafari (2005) existirían al menos tres visiones de la práctica turística en las comunidades indígenas, entre ellas, la optimista, la pesimista y la adaptativa. La primera valora el empoderamiento de los indígenas, y asume que el turismo dinamiza las economías locales. Aunque, la segunda visión alerta sobre los impactos que genera la dinámica turística en las poblaciones rurales, aduciendo que no garantiza la salvaguarda de los saberes ancestrales en el marco de la cosmovisión andina y, que no siempre beneficia a las comunidades indígenas. Y, la tercera intenta superar la anterior dualidad dicotómica, a través de propuestas y modelos que conduzcan al desarrollo sostenible.

Entre aquellos investigadores con visión optimista, se cita a Casas, Soler y Jaime (2012, p.93), quienes establecen que “este tipo de turismo está basado en la comunidad local que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza”. Así mismo, López y Sánchez (2009, p.89) argumentan que “se fundamenta en la creación de productos turísticos bajo el principio básico de la necesaria participación de la comunidad local”. Coincidiendo con los autores anteriores, Manyara y Jones (2007) afirman que ésta modalidad de turismo contribuye al mejoramiento del desarrollo socioeconómico de la población local, además de fomentar la conservación de la cultura y naturaleza local.

La segunda visión es defendida por Valcuende, Murtagh y Rummenhoeller (2012, p.1), cuyos autores concluyen que “el indígena denostado es simultáneamente el “objeto deseado”, “mercantilizado” de forma directa en los denominados turismo vivencial y etnoturismo, o de forma indirecta en el turismo de naturaleza”, atribuyendo que las empresas turísticas, no solamente han generado grandes y negativas transformaciones

en las poblaciones locales, sino que también, se constituyen en las principales beneficiarias de los ingresos económicos, no así, los emprendimientos locales, que no logran consolidarse.

Por su parte, Cabanilla (2014) se encontraría entre aquellos que defienden la tercera visión, para él, si bien existen algunos estudios sobre las implicaciones del turismo comunitario en el Ecuador, también asegura que aún están pendientes aquellos estudios que aporten a su configuración socio espacial, enmarcándolo como un modelo de desarrollo territorial. Para el mismo autor, es importante que exista plena sincronía de los conceptos de Sumak Kawsay o Buen Vivir aplicados al desarrollo del turismo comunitario. Por lo que considera urgente, que el turismo comunitario sea asumido como un modelo de gestión, y no como una actividad o tipo de turismo.

Independientemente de cualquiera de las visiones expuestas, García (2016) aduce que el turismo comunitario debe ser entendido como toda actividad turística solidaria, que garantice la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural. Con lo cual, se promueva el manejo sostenible del patrimonio cultural, basado en el principio de equidad, respecto a la distribución de los beneficios locales.

De la misma manera, Santana y Atiencia (2014) establecen que, a lo largo de las dos últimas décadas, en toda América Latina se estaría dinamizando con mayor fuerza la modalidad del turismo Comunitario. En el caso específico de Ecuador, éste tipo de turismo se viene desarrollando desde los años ochenta, aunque con mayor compromiso, en la última década, por lo que se está convirtiendo en una actividad estratégica para varias poblaciones de la zona rural, aunque no es generalizado, debido a las múltiples limitaciones.

Es así que, Ecuador se ha caracterizado durante toda su etapa colonial y republicana por una economía de bienes primarios para el mercado internacional. Y sólo muy recientemente, se encuentra desarrollando una estrategia nacional orientada al cambio de la matriz productiva, impulsando especialmente el sector turístico en sus diferentes modalidades (SENPLADES, 2012). En este mismo sentido se manifiestan Castillo, Martínez y Vázquez (2015) al afirmar que “en las últimas décadas, el turismo se ha mostrado como una actividad con potencial para diversificar la estructura económica de los países frente a las actividades económicas tradicionales” .

Spurrier (2013), en su análisis sobre el crecimiento del sector terciario en el país, establece que este sector se incrementó del 60,1% al 62,2% entre 2007 y 2012. Por su parte, Acebo (2016, p. 1) refiriéndose más específicamente al turismo, destaca que desde 1990 hasta 2014 registra una tendencia de crecimiento sólido ininterrumpido, con un incremento anual medio del 4.1% y, más concretamente, especifica que,

... registra cifras de crecimiento récord en varios apartados (con una variación anual de 7% en el número de llegadas de extranjeros durante el período 2006-2015), aunque manteniendo todavía una menor posición relativa frente a sus pares regionales (en 2014 ocupó el noveno lugar en llegadas de turistas internacionales respecto a los demás países de Sudamérica y de América Central), lo cual indica que existe todavía un claro camino por recorrer.

El turismo en el país se constituye en el tercer producto después del banano y del camarón. En 2014, Ecuador recibió 1.557.006 turistas internacionales, de los que el 58% procedía de América del Sur, América Central y Caribe y un exiguo 16% de un importante mercado potencial como el europeo. En este año se generaron alrededor de 1.487,2 millones de dólares americanos, con un superávit en la balanza turística de 322,1 millones de dólares en relación a 2013 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015).

En Ecuador no posee estudios sistematizados respecto a la oferta y demanda en relación al turismo comunitario. Si bien existen algunos casos de estudios publicados, principalmente de la Amazonía, en general la información es limitada.

En el caso de la provincia de Imbabura, la realidad es más preocupante, ni siquiera existe un estudio sistemático de ingresos y movimiento de turistas, menos en relación a la situación actual y perspectivas de los diferentes tipos de turismo, como es el comunitario. La información estadística disponible, ha sido obtenido únicamente a partir de los registros de visitantes durante los días festivos de Carnaval y Semana Santa en algunos destinos turísticos. No obstante, como cifras orientativas, el Ministerio de Turismo (citado por Lasso, Peñafiel, Velasco y Kraljevic, 2015) establece que, en el periodo comprendido entre septiembre 2012 y abril 2013, Imbabura habría recibido el 18% de los turistas extranjeros que llegan al país, motivados principalmente por las expresiones culturales y sitios naturales de la provincia.

En todo caso, existe una aproximación respecto al cantón de Otavalo, el cual habría recibido un promedio de 250.000 turistas nacionales y extranjeros al año, desde el 2008, constituyéndose en “...un destino de compra de artesanías, el gasto promedio por cada encuestado está en el orden de US\$ 84,73 dólares por encima de otros gastos en alojamiento, alimentación y servicios complementarios” (Lasso et al., 2015, p. 44).

En ésta investigación se constata que en Imbabura poco a poco se van desarrollando y arraigando algunas modalidades de turismo, especialmente el turismo cultural, el de naturaleza y, más recientemente, el agroturismo y turismo comunitario.

El objetivo de ésta investigación ha consistido en valorar el turismo comunitario sostenible, como una alternativa válida para la salvaguarda del patrimonio cultural material e inmaterial de los pueblos kichwas de Imbabura. Para el efecto, y en primera instancia se revela de forma cuantitativa la riqueza cultural que poseen los pueblos indígenas (Otavalo, Karanki y Natabuela) de esta provincia, la misma que puede y debe ser aprovechada con fines turísticos, siempre y cuando se garantice un modelo de desarrollo sostenible. Luego, se evidencia la importante capacidad de emprendimiento y asociatividad turística, durante la últimos cinco años, aún en medio de limitaciones, complejidades, pero también, grandes desafíos.

2. Desarrollo:

2.1. Resignificación del patrimonio cultural entre los pueblos indígenas de Imbabura.

Es importante iniciar explicando que, el estudio relacionado con el turismo comunitario como alternativa para la salvaguarda del patrimonio cultural material e inmaterial de los pueblos indígenas de Imbabura, es un componente que se integra en una investigación más amplia e integral, que ha revelado las formas y modos de vida de estos pueblos, en relación a su territorio, organización, patrimonio e interculturalidad.

Para el presente caso, no se ha pretendido la realización de un mero inventario de este rico patrimonio cultural (material e inmaterial) que, a pesar todos los avatares históricos, se ha conseguido transmitir hasta la actualidad, aunque dentro de un proceso de acelerada aculturación y pérdidas irreparables. El comercio, la emigración, el turismo desorganizado, la globalización, la expansión de las mentalidades urbanas y las

tecnologías de la información y la comunicación, pero sobre todo su pobreza y exclusión social, están actuando de manera negativa ante la indiferencia de la ciencia y la ineficacia política.

Es evidente que este legado no se podría explicar sin su integración en los modos y formas de vida de estos pueblos a lo largo de su historia. Este debe ser el compromiso social y científico.

En adelante se presentan dos matrices, la primera, en referencia a los recursos culturales materiales y, la segunda, evidencia los recursos culturales inmateriales. En esta primera fase, se ha estudiado aproximadamente el 70% del patrimonio cultural de los pueblos kichwas. Para el efecto, se ha trabajado un equipo de estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica del Norte, mediante el uso de la metodología del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador. El detalle por cada ámbito se encuentra en la investigación referente a los tres pueblos mencionados, misma, que será publicada a corto plazo.

En la matriz n° 1 se observan un total de 643 bienes culturales materiales, que se categorizaron de la siguiente manera:

Tabla 01

Patrimonio cultural material identificado y estudiado entre el 2014 y 2016

Ámbito	Número
Bienes arqueológicos	
Sitios	35
Muestras	47
Total	82
Bienes documentales	
Textos	6
Documentos históricos	8
Archivos históricos(más relevantes)	4
Registros creación parroquial	5
Biblioteca (más relevantes)	3
Fotografía.	6
Total	32
Bienes muebles	
Pintura	2
Escultura	45
Muestras etnográficas	39
Elementos religiosos	2
Murales	14
Numismática	2
Caminos	4
Objetos utilitarios	13

Equipos música antiguos	2
Maquinaria y herramientas de trabajo tradicional	4
Armamento	2
Total	129
Bienes inmuebles	
Arquitectura vernácula (vivienda, fábricas, talleres).	117
Arquitectura civil (plazas, parques)	39
Arquitectura civil (viviendas, casas comunales, hospederías comunitarias, museos locales, teatros y bibliotecas comunitarias etc).	76
Arquitectura religiosa (Iglesias, santuarios, capillas).	82
Arquitectura funeraria.	20
Arquitectura deportiva-recreativa.	19
Arquitectura civil-educativa	47
Total	400
Total Patrimonio cultural material (primera etapa)	643

En la matriz N° 2 se **expone** el patrimonio cultural inmaterial de los pueblos kichwas, que ha sido organizado en los siguientes ámbitos:

Tabla 02

Patrimonio cultural inmaterial identificado y estudiado entre el 2014 y 2016

Patrimonio cultural inmaterial	Número
Tradiciones y Expresiones Orales	
Leyenda	139
Mitos	24
Supersticiones	12
Cuentos	10
Plegarias	2
Historias	17
Expresiones literarias	3
Tradición peregrinación	1
Total	208
Artes del espectáculo	
Juegos tradicionales	65
Coplas	1
Música (grupos música tradicional)	9
Música y danza tradicional (géneros)	10
Danza (grupos danza tradicional)	9
Música (artistas solistas)	36
Total	130
Usos sociales rituales y actos festivos	
Ritual asociado al ciclo vital y rituales.	76
Celebraciones familiares religiosas	9
Rasgo de identidad indígena (peinado)	1
Fiestas ancestrales (en la mayoría de los casos las mismas fiestas, con variaciones según la población Kichwa).	60
Fiestas religiosas	48
Fiestas cívicas (mismas fiestas con variaciones en sus prácticas).	32
Total	226
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	
Gastronomía tradicional.	126
Técnicas agroproductivas	22
Espacios simbólicos	16

Explotación Industrial	1
Sabiduría indígenas asociada a las prácticas agropecuarias.	3
Prácticas medicina tradicional	41
Maquinaria y utilitario	2
Total	211
Técnicas artesanales tradicionales	
Artesanía: tejido	17
Artesanía: bordado	15
Artesanía: cristal	1
Artesanía: alfarería	8
Artesanía: fibras vegetales	11
Artesanía: confección de ropa indígena	2
Artesanía: madera	7
Artesanía: cuero	2
Artesanía: demostración talleres	2
Artesanía: instrumentos musicales	3
Artesanía: piedra	1
Artesanía: batanería	1
Artesanía: cerería	1
Artesanía: orfebrería	1
Artesanía: latonería	1
Artesanía: jarciería	1
Artesanía: pirotecnia	1
Artesanía: herrería de forja	1
Total	77
Total patrimonio cultural inmaterial	852

Ante lo expuesto, es evidente que las comunidades indígenas de origen ancestral siguen siendo depositarias de saberes y de una valiosa riqueza en agrobiodiversidad, por lo que se erigen en núcleos de diversidad agrícola sostenible y propietarias de un patrimonio cultural invaluable. No obstante, la desbordante globalización y blanqueamiento de la cultura incide en la pérdida progresiva de las manifestaciones culturales de las poblaciones *kichwas* de Imbabura, en particular de los pueblos Karanki y Natabuela.

Cabe decir que, en el pueblo Otavalo existe mayor concienciación para la puesta en valor del patrimonio cultural a través de turismo, actividades de manufactura, semiindustriales e industriales y otras acciones que favorecen la visibilización y consecuente revalorización de la identidad indígena.

A pesar de la persistente discriminación, la mujer indígena en los últimos siete años ha logrado involucrarse en los procesos de asociatividad (artesanía, productos agrícolas andinos, turismo comunitario) que, a largo plazo, podría incidir en su autonomía. Lo mucho o poco que se ha logrado, según las mismas mujeres, se debería a un mayor acceso a la educación y a su involucramiento en procesos de capacitación,

aunque, por lo general, esporádicos. Ello le ha permitido desarrollar actividades de emprendimiento, así como el aprovechamiento de nuevas oportunidades laborales. En general, la mujer fomenta las actividades cotidianas, en apego a los principios de la cosmovisión andina.

Es importante señalar que las actividades agrarias aún evidencian los principios de la solidaridad, la reciprocidad y hasta el trueque entre familiares y vecinos de la comunidad. La tierra, aunque reducida, se constituye en un espacio en el que se cohesiona la lengua, la cultura, la familia y la comunidad. En este sentido, la mayoría de familias vinculan y desarrollan los ritos agrarios en torno a los solsticios y equinoccios. De acuerdo con su cosmovisión, los ciclos agrícolas y su fenología conllevan el desarrollo de fiestas y ritos que han perdurado durante siglos, aunque con un evidente sincretismo natural-religioso. En los últimos años, las celebraciones asociadas al ciclo agrario han logrado una importante resignificación, que contribuye al desarrollo de la actividad turística.

Así mismo, el desarrollo del turismo comunitario en la última década ha permitido rescatar una gran variedad de alimentos andinos al pasar a formar parte de la oferta gastronómica. Por ello, los diferentes emprendimientos, no sólo disponen de huertos destinados a la producción de una importante variedad de productos andinos para su demostración, sino que posibilita la interacción con los turistas mediante el cuidado, el cultivo y la preparación (cocina) de los mismos.

En este mismo sentido, el turismo comunitario promueve el desarrollo de la artesanía como expresión cultural identitaria. Por lo que permite la inclusión de técnicas artesanales tradicionales, involucrando al patrimonio cultural material e inmaterial de los pueblos kichwas. En consecuencia, se convierte en el elemento articulador de los valores materiales y espirituales.

Del mismo modo, algunas familias indígenas, principalmente de los pueblos Karanki y Otavalo, se encuentran rescatando las construcciones vernáculas (choza, bohío), para configurar la oferta turística de sus comunidades y parroquias. Similar realidad se puede constatar respecto a la vestimenta tradicional, sobre todo por parte de las mujeres.

A través de la investigación se han recopilado 186 expresiones orales kichwas, que han subsistido por vía de la tradición oral, aunque las actuales generaciones demuestren poco interés por continuar con esta tradición. Todas ellas, de alguna manera, revelan las diferentes formas y modos de vida de los pueblos indígenas a través del tiempo, puesto que estas narraciones demuestran no sólo los anhelos, temores y tristezas de estos pueblos, sino que todas dejan un mensaje orientado al respeto a la naturaleza y a los valores morales que han perdurado en estos pueblos, siempre apegados a los principios de la cosmovisión andina y acentuados por la religión católica. Esta rica tradición oral se convierte en un gran potencial, que merece ser aprovechada en el desarrollo del turismo comunitario., siempre y cuando se garantice un modelo sostenible.

En general, los pueblos kichwas por tradición cultural comparten y desarrollan prácticas cotidianas que coinciden en la agricultura, ganadería, textilería, artesanía y recientemente el turismo comunitario. Este último, se ha convertido en una alternativa para promover el desarrollo sostenible y el Buen Vivir, ya que permite fusionar las raíces ancestrales con el medio ambiente.

2.2. Capacidad de emprendimiento turístico y grandes desafíos para la salvaguarda del patrimonio cultural.

A lo largo de la última década, pero de forma particular en los últimos cinco años, algunas familias y comunidades indígenas pertenecientes a los pueblos Otavalo y Karanki, vienen desarrollando una importante capacidad de emprendimiento y de asociatividad, tanto en el turismo, como en cuestiones agrarias y artesanales.

Otavalo es una ciudad que posee una importante planta turística y hotelera, que cumple con estándares de calidad internacional. El principal destino turístico de los extranjeros es la Plaza Centenario, en la que se ofrece una gran variedad de trabajos artesanales desde 1970. Según Realpe y Benítez (2015), entre 2014 y 2015, Otavalo habría recibido al menos el 61% de turistas extranjeros y el 39% de turistas nacionales. Los principales países emisores de turismo para esta ciudad son Estados Unidos, Inglaterra, Canadá, Suiza y España.

En la presente investigación, se han reconocido aproximadamente 45 emprendimientos de turismo comunitario con pleno involucramiento de los habitantes

del pueblo kichwa Otavalo, de los cuales, el 85% tendría entre uno y cuatro años de funcionamiento. La mayoría de estos emprendimientos han sido beneficiarios de una inversión económica de USD 201.480 entre el Gobierno Provincial de Imbabura y la Cooperación Técnica Belga, CTB, a través del Programa de Desarrollo Rural del Norte, PDRN.

La totalidad de los emprendimientos de turismo comunitario permiten la interacción de los turistas con la vida cotidiana de las comunidades indígenas. La oferta, en general, está constituida por alojamiento en albergues comunitarios (instalaciones de arquitectura vernácula), gastronomía tradicional, visita a los talleres artesanales, medicina tradicional, excursiones guiadas por nativos, etc. De acuerdo a la información proporcionada por estos emprendimientos, el promedio de estancia de los turistas extranjeros es de 2 días, con un gasto medio de 85 dólares. Así mismo, el 30% de estos emprendimientos registran entre 10 y 30 turistas semanales, aunque la mayoría menos de esta cantidad.

La operadora de turismo comunitario *Runa Tupari* se constituye en una empresa intermediaria de 18 familias indígenas de las zonas rurales del cantón Cotacachi, siendo su socio principal la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi. La operadora vende el paquete a un precio de 30 dólares diarios, de los que las familias involucradas reciben 10 dólares por concepto de alojamiento, desayuno y cena.

En relación al pueblo kichwa Karanki, las familias indígenas también se han involucrado en el desarrollo del turismo comunitario, la mayoría en los cinco últimos años. En la presente investigación se han reconocido 23 emprendimientos, la mayoría de ellos localizados en las parroquias de la Esperanza y Angochagua del cantón Ibarra, seguido por el Cantón Pimampiro. Estos emprendimientos e iniciativas están orientados a mejorar la economía de las familias indígenas, también propician la igualdad de género y, consecuentemente, fomentan la revitalización de su identidad cultural. La oferta es variada y permite la interacción entre la naturaleza, la población indígena y los turistas con beneficios mutuos.

Los emprendimientos que disponen el servicio de hospedaje reciben un promedio de 15 turistas al mes, fundamentalmente de procedencia norteamericana y europea (La Esperanza). En el último año, se ha incrementado la presencia de visitantes de la misma

provincia, motivados por la gastronomía, el paisaje y la cultura (fiestas), con una corta permanencia de al menos un promedio de 4 horas.

A criterio de Salazar (2016), la totalidad de emprendimientos comunitarios de la parroquia de La Esperanza (pueblo kichwa Karanki) mantienen una organización y gestión basada en la estructura familiar.

Las familias involucradas en la actividad turística requieren complementar sus ingresos económicos, con la realización de otras actividades económicas, ya que no son suficientes los recursos generados hasta el momento por esta actividad, de tal manera que se va conformando un sistema de rentas diversificadas y complementarias. La mayoría de ellos considera que es una actividad a la que quisieran dedicarle más tiempo, para lo que requerirían mayor asistencia técnica, capacitación sistemática y difusión de sus emprendimientos.

Respecto al pueblo indígena Natabuela, a pesar de poseer un gran potencial natural y cultural, aún no ha logrado impulsar emprendimientos enmarcados en la modalidad del turismo comunitario. No obstante, existen importantes iniciativas en el campo agrario, artesanal y gastronómico.

Los emprendimientos de los pueblos kichwas forman parte de la llamada cadena de turismo en los cantones de Cotacachi, Otavalo, Ibarra, Urcuquí y Pimampiro.

Por lo expuesto, el turismo comunitario se convierte en una de las mejores estrategias para el rescate y la revalorización cultural de los pueblos indígenas, aunque en Imbabura es una actividad reciente, que se encuentra en proceso de organización, pero debido a los recursos disponibles, se presenta como una actividad de fuerte potencial.

A través de las entrevistas a sus principales líderes y gestores culturales y turísticos, se pueden detectar las preocupaciones que afectan a estas poblaciones, su plena conciencia y sensibilidad ante la creciente y rápida pérdida de valores, costumbres y tradiciones y, lo más importante, las medidas que consideran necesarias a corto plazo.

Entre los grandes desafíos, la mayoría de entrevistados sostienen la necesidad de tomar conciencia sobre el valor y la importancia de todo el legado indígena, frente al

sentimiento de inferioridad, complejidad e infravaloración de estas poblaciones, que les ha llevado a adoptar una postura de renuncia y negación de su origen y pasado, adoptando un creciente “blanqueamiento”, especialmente entre los jóvenes.

Para ello, las comunidades deben recuperar y mantener una visión holística de su territorio, al mismo tiempo que promover el desarrollo sostenible, característico de su cosmovisión andina, y una planificación territorial integral para alcanzar su bienestar.

Aprovechar todo el legado cultural, las formas y modos de vida de estas poblaciones para el impulso de un turismo sostenible.

Fomentar y establecer programas y espacios en los medios de comunicación de radio y televisiva local y regional, para la defensa y la transmisión de conocimientos, valores y prácticas culturales, con la participación activa de los pueblos indígenas.

Crear páginas web de los pueblos kichwas de Imbabura, como estrategia para difundir la oferta de los emprendimientos turísticos, agroindustriales y artesanales.

Garantizar un proyecto político coordinado entre los tres pueblos poseedores de identidades culturales, que permita la comunicación e interacción para reforzar un diálogo con acciones concertadas entre las personas y las bases organizativas y dar lugar al surgimiento de nuevas expresiones y modelos.

Desarrollar eventos que coadyuven a la autocrítica de los pueblos indígenas en cuestiones de relaciones de poder, igualdad y derechos de las mujeres, formas de exclusión y discriminación intracultural e intercultural.

Propiciar y legitimar el desarrollo de fiestas y rituales con raigambre ancestral.

Reconocer y declarar patrimonio cultural material a los templos, lugares simbólicos y tolas que fueron utilizadas con fines ceremoniales y funerarios en tiempos precolombinos.

Reconocer, documentar y declarar patrimonio cultural inmaterial, las tradiciones y rituales vinculados al ciclo agrario.

Reconocer, documentar y declarar patrimonio cultural inmaterial, las tradiciones y rituales vinculados al ciclo vital de los individuos.

Motivar el uso de la vestimenta en niños, jóvenes y adultos a través de campañas de concienciación, para revitalizar su orgullo y beneficiar las prácticas de turismo comunitario.

Crear museos etnográficos para conocer la evolución, características y gran simbolismo de la vestimenta de hombres y mujeres, tanto la cotidiana como la festiva.

Desarrollar la animación turística mediante la interpretación de mitos, cuentos y leyendas indígenas en los principales destinos turísticos.

Desarrollar emprendimientos gastronómicos para integrar la oferta turística comunitaria.

Capacitar en temas relacionados con las bases culinarias, que permitan desarrollar productos seguros y de calidad a los turistas.

Desarrollar encuentros y concursos de juegos tradicionales en zonas rurales.

Reconocer y declarar patrimonio cultural inmaterial a las fiestas agrarias y religiosas que conservan los pueblos indígenas de Imbabura.

Reconocer y declarar patrimonio cultural inmaterial las técnicas artesanales de cada pueblo kichwa de Imbabura.

Apoyar la investigación para el rescate de técnicas artesanales con un enfoque empresarial turístico.

En definitiva y, a la vista de las propuestas precedentes, se considera que sería de gran interés la creación de una marca “kichwa” de calidad para el rescate y la revalorización de todo el legado cultural.

Y, finalmente, proponer a las autoridades provinciales y nacionales el impulso ante la UNESCO de la Declaración de Patrimonio Mundial de las formas y modos de vida de los pueblos kichwas con todo su legado cultural.

3. Conclusiones

En relación con su cosmología, los tres pueblos indígenas consideran a la naturaleza, el hombre y la “*pachamama*” como un todo, ya que se encuentran interrelacionados y de forma perpetua. En función de ello, desde la época prehispánica, han atribuido espíritus (*apus*) masculinos y femeninos a volcanes, montañas, lagos, lagunas, ríos, cascadas y vertientes y los han venerado durante siglos a través de fiestas y ritos. Ahora, las poblaciones kichwas siguen aprovechando y dependiendo de las actividades agrarias de subsistencia, así como priorizando el uso de las plantas medicinales de su entorno. Por otra parte, algunas comunidades y familias indígenas han desarrollado emprendimientos turísticos en los últimos años, poniendo en valor todo el legado cultural vinculado a su medio natural.

En la búsqueda de la construcción de la interculturalidad, los tres pueblos kichwas han dado pasos importantes, entre los que se puede destacar el ejemplo de los karankis de la Rinconada, que están desarrollando el turismo comunitario, con una oferta integrada por la apicultura, rutas turísticas, música, bordados, gastronomía, elaboración de quesos, y artesanías con identidad cultural, etc. Además, cuentan con una gran estructura organizacional, que podría replicarse en los demás pueblos de la provincia. Los indígenas que habitan en Cotacachi han salvaguardado su patrimonio musical, mientras que ya se ha perdido entre los karankis. Por su parte, los natabuelas han perdido su lengua ancestral, aunque han desarrollado grandes capacidades en torno al aprovechamiento de la naturaleza y, específicamente, de las prácticas agrícolas.

En definitiva, se podría afirmar que los pueblos indígenas han avanzado considerablemente, sobre todo en lo que va de siglo, muy tarde por lo tanto y, además, se trata de problemas estructurales seculares que sólo se pueden afrontar a medio y largo plazo, pero las medidas para detener el abandono y la aculturación de sus poblaciones deben ser urgentes. Y, aunque, el turismo provoca impactos negativos en las poblaciones indígenas, también es cierto que los efectos positivos pueden ser mayores, dependiendo del modelo establecido. Por tanto, y considerando que persiste el

minifundismo generalizado para un efectivo desarrollo agrario, la actividad turística se convierte en una de las mejores alternativas para la reducción de la acuciante pobreza de las zonas rurales de Imbabura.

4. Referencias Bibliográficas.

- Acebo, M. (2016). Estudios industriales. Orientación estratégica para la toma de decisiones. Industria Turística. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Recuperado de: http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/estudios_industriales/industriaturistica.pdf. [Consulta: 21/3/2017], p.1
- Benítez, N.M., Abuja, J y Vaca, C. (2016). E turismo comunitario como estrategia para la visibilización y revalorización de la memoria musical de los pueblos kichwas de Imbabura-Ecuador. En Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, Vol. 12, n°1, p-70-87. Disponible en: <http://riat.otalca.cl/index.php/test/article/view/330/pdf>. [Consulta: 13/02/2017]
- Cabanilla, E. (2014). Desarrollo del turismo comunitario en Ecuador, bajo el paradigma de la complejidad y el sumak kawsay. En Bio Scriba, Vol. 7(1) 30-49. Disponible en : <http://www.bioscriba.org.ar/volumenes/v7n1/Cabanilla2014.pdf>. [Consulta: 12/01/2017]
- Casas, A.C., Soler, A y Jaime, V. (2012). El Turismo Comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú). Cuadernos de Turismo n°30, 91-108. Disponible en : <http://revistas.um.es/turismo/article/view/160461>. [Consulta: 22/12/2016]
- Castillo, E., Martínez, F. & Vázquez, E. (2015). El turismo en Ecuador. Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. Revista Galega de Economía. Vol 24(2). Recuperado de: <http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf>. [Consulta: 21/3/2017]
- García, C. (2016). Turismo Comunitario en Ecuador ¿Quo Vadis?. En Estudios y Perspectivas en Turismo, vol 5, n°4, 597-514. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502011.pdf>. [Consulta: 13/02/2017]
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. Revistas Científicas Complutenses: Política y Sociedad, vol. 42, núm. 1, pp. 39-56. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/24139>. [Consulta: 04/01/2007].
- Lasso, J., Peñafiel, G; Velasco, E & Kraljevic, N. (2015). Manejo sustentable del desarrollo turístico y creación de la marca turística del cantón Otavalo. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo. Recuperado de <http://www.otavalo.travel/images/pdf-archivos/plan-turismo-2015-otavalo.pdf>. [Consulta: 11/3/2017].
- López, T., y Sánchez, S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en el Salvador”. REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos, n° 30, pp. 85-103. Disponible en :

<https://pendientedemigracion.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%2099.4%20Tomas%20LOPEZ,%20Sandra%20SANCHEZ.pdf>. [Consulta: 23/12/2016]

- Macbeth, J. (2001). "Towards an Ethics Platform for Tourism", en *Annals of Tourism Research*, vol. 32, núm. 4, pp. 962-984.
- Manyara, G., y Jones, E. (2007). Best practice model for community capacity-building: A case study of community-based tourism enterprises in Kenya. En *Preliminary Communication*, vol n°55, n °4, 403-415.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). Principales indicadores de turismo. Enero 2015. MINTUR. Ecuador. MINTUR. (7 de abril de 2015) <Http://Servicios.Turismo.Gob.Ec/Index.Php/Ingresos-De-Extranjeros/Enero-2015/155>. [Consulta: 6/7/2016].
- Realpe, F., y Benítez, N. (2015). Otavalo turístico, en *Cifras*, (ISBN-13: 978-84-16399-59-8). Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1500/1500.pdf>. [Consulta: 14/4/2017]
- Salazar, S. (2017). Evaluación de los emprendimientos turísticos en la parroquia rural de La Esperanza, para crear una red de turismo comunitario sostenible, orientada al buen vivir. Trabajo de Grado para la obtención del título de Maestría en Ecoturismo y Áreas Protegidas. Universidad Técnica del Norte.
- Salomone, L. (2009). Turismo en pueblos originarios: ¿lógica turística o lógica cultural? En *Boletín Gestión Cultural*, n°18. Disponible en : http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316762340_bgc18-LSalomone.pdf. [Consulta 12/01/2017]
- Santana, C.A y Atiencia, M. (2014). Turismo Comunitario. Reflexiones. En *RES NON VERBA*. Disponible en: <http://biblio.universidadecotec.edu.ec/revista/edicionespecial/TURISMO%20COMUNITARIO.pdf>. [Consulta: 22/02/2017]
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). Transformación de la matriz productiva: revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano. Folleto Informativo I. Recuperado de: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf. [Consulta: 21/3/2017]
- Spurrier, W. (10 de junio de 2013). ¿Qué es el cambio de la matriz productiva? Diario el Telégrafo. Recuperado de: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/que-es-el-cambio-de-la-matriz-productiva>. [Consulta: 21/3/2017]
- Valcuende, J.M., Chantelle Murtagh y Rummenhoeller, Klaus. (2012). Turismo y poblaciones indígenas: espacios, tiempos y recursos. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol XVI, núm. 410, 10 de agosto de 2012. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-410.htm>. [Consulta: 06/01/2017]

APROVECHAMIENTO DE UN EVENTO NATURAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL TURISMO RURAL COMO ELEMENTO PROMOTOR DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS ACTIVIDADES MICRO- EMPRESARIALES EN EL SUR DEL ECUADOR

Flores, Vismar¹ y Solano Javier²

¹Docente Titular Auxiliar I, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en Administración y Dirección de Empresas, UTEG; e-mail: vflores@umet.edu.ec

²Docente Titular Auxiliar II, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en Economía y Dirección de Empresas, ESPOL; e-mail: jsolano@umet.edu.ec

Resumen

Por medio del presente trabajo, se da a conocer una forma viable de utilización de un evento natural que hoy en día ha adquirido una relevancia que trasciende fronteras, como lo es el Florecimiento de los Guayacanes. Este hecho da la pauta para que a través del turismo comunitario y bajo el concepto de las Pymes y la competitividad, se pueda contrarrestar la falta de empleo y fuentes sustentables de ingresos, de las cuales los sectores rurales históricamente han sido objeto en las provincias de Loja y EL Oro.

Palabras clave: turismo rural, turismo comunitario, evento-turístico, competitividad, PYME.

Abstract

Through the present work, a viable form of utilization of a natural event that today has acquired a relevance that transcends frontiers, as is the Blossoming of the Guayacanes, is presented. This fact gives the guideline so that, through community tourism and under the concept of SMEs and competitiveness, the lack of employment and sustainable sources of income can be counteracted, of which rural sectors have historically been targeted in the provinces of Loja and El Oro.

Keywords: rural tourism, community tourism, event-tourism, competitiveness, SME.

¹ Docente Titular Auxiliar I, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en Administración y Dirección de Empresas; Ingeniero en Sistemas Informáticos; mail: vflores@umet.edu.ec

² Docente Titular Auxiliar II, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en Economía y Dirección de Empresas; Ingeniero en Gestión Empresarial; mail: jsolano@umet.edu.ec

Introducción

Hablar hoy en día del Florecimiento de los Guayacanes en el cantón Zapotillo de la provincia de Loja, es traer a la mente de los ecuatorianos y porque no decirlo de muchos extranjeros, un evento de tal maravilla, que solo se asemeja a una fábula de la época medieval, digna de los relatos más pintorescos de la naturaleza. Cada año este evento natural por su esplendor y su promoción, genera una amplia movilización de turistas al sector, mismos que permiten a los habitantes aprovechar las bondades del Bosque Seco, ubicado geográficamente en su mayoría en la provincia de Loja y parte de la provincia de El Oro, mismo que ha adquirido una relevancia mundial con la declaración de Reserva de Biosfera por la UNESCO, su importancia radica como zona natural de protección y cuidado del medio ambiente. Su extensión abarca los cantones de Zapotillo, Macará, Puyango, Celica, Paltas, Pindal, Sozoranga y Las Lajas en la provincia de El Oro.

Este bosque lo conforman 40 000 ha en las parroquias de Mangahurco, Bolaspamba y Cazaderos, entre estas tres parroquias se ubican alrededor de 3346 personas según el Censo del 2010. Por la ubicación geográfica del sector y el olvido histórico del cual ha sido víctima difícilmente se han podido desarrollar fuentes de empleo y desarrollo; motivo de ello, surge la necesidad de poder generar nuevas oportunidades de crecimiento a través de la autogestión rural y la asociatividad comunitaria. Lo antes mencionado, da cabida a que se proponga una estructura organizativa, tipo asociación comunal rural, con el fin de tener de una manera más formal y ordenada, una intervención productiva partiendo de la dinámica que estimula el turismo en la zona, bajo el amparo de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.

Antecedentes de la Provincia de Loja

En la provincia de Loja al extremo Sur del Ecuador, se encuentra el cantón Zapotillo con una extensión de 1.213,42 Km² y 12.312 habitantes (INEC, 2010), formado principalmente por seis parroquias rurales Paletillas, Limones, Garza Real, Cazaderos, Mangahurco, Bolaspamba y una parroquia urbana llamada con el mismo nombre Zapotillo, obtuvo su cantonización en el año 1980 a través del Registro Oficial No 261 del día 27 de agosto en la presidencia del hoy extinto Abg. Jaime Roldós Aguilera. Con un clima cálido tropical en toda su extensión que oscila entre 25° y 30° C, a 176 m.s.n.m. (2017). La ubicación geográfica del cantón Zapotillo, por las características antes expuestas, ha hecho que sea acreedor a un sinnúmero de bondades turísticas, que brinda un espacio de sano esparcimiento para el sector turístico tanto nacional como internacional. Sin duda alguna, se ha convertido en un mercado atractivo para el turismo de aventura y ecológico, donde se pueden apreciar gran variedad de especies de flora y fauna, propias del sector. Así mismo, la riqueza culinaria es otro factor relevante para los turistas que deciden visitar este sector. Es importante mencionar que por parte de las entidades del estado y

los gobiernos locales, han venido desarrollando un amplio andamiaje de promoción turística que busca aprovechar sus atractivos (Flores Tabara, 2017).

El cantón Zapotillo al ser un paso de frontera con el Perú, basa principalmente su actividad económica en el comercio, en el intercambio de productos de primera necesidad y útiles adicionales que se pueden encontrar en el vecino país. Tras la firma de la paz, los dos países desarrollaron de manera simultánea proyectos de inversión, que permitieron mejorar la calidad de vida de sus habitantes ubicados en las zonas fronterizas, contrarrestando así años de abandono, derivados de la inestabilidad política y el fantasma de la guerra (2017).

Al bosque seco, forma parte de una reserva ecológica, que lo constituyen 501.040 hectáreas, que abarcan los cantones de Zapotillo, Macará, Puyango, Celica, Paltas, Pindal, Sozoranga y Las Lajas, es decir su extensión abarca la provincia de Loja y parte de la provincia de El Oro, en Figura 1, se puede ver su ubicación. Posee una de las poblaciones de aves endémicas más grandes de Sudamérica, donde se registran 51 aves de rango restringido, 15 tipos de árboles y arbustos, y tres especies de mamíferos; además de otras especies emblemáticas como el cocodrilo de tumbes (*Cocodrylus acutus*) y el mono aullador de la costa (*Alouatta palliata*) (Prefectura de Loja, 2016).

Figura 1. Cantones de Loja dentro del bosque seco



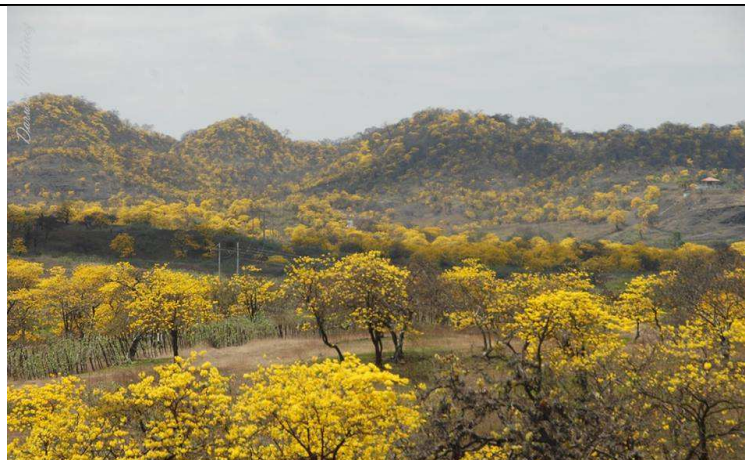
Fuente: Una reserva fronteriza en gestación. (03 de Abril de 2016). El comercio, en: <http://especiales.elcomercio.com/planeta-ideas/planeta/abril3-2016/reservafronteriza-ecuador-peru-biosferabinacional-americaelsur>

En este sector del Ecuador, aparecen muchos elementos pictóricos que enriquecen el entorno natural, a las especies antes mencionadas, se suman lugares físicos de mucho esplendor, como lagunas, cerros y balnearios. Finalmente, de acuerdo a la organización The Nature Conservancy citado por El Comercio (03 de Abril de 2016), se indica que los bosques secos prestan servicios ecológicos muy importantes a sus habitantes, como la provisión de agua para consumo humano y actividades productivas, así como la provisión de materias primas para procesos productivos.

El fenómeno del florecimiento de los guayacanes

Con la presencia de las primeras lluvias que trae la temporada invernal, el centenario árbol llamado Guayacán, empieza el despliegue de los botones de flores únicos y de inigualable expresión, la zona se cubre de un amarillo intenso por varios días hasta que cae al suelo formando una alfombra de flores, como se muestra en la Figura 2.

Figura 2. Florecimiento de los Guayacanes



Vista aérea del bosque seco

Fuente: Fotografía Ing. Darwin Martínez Chamba.



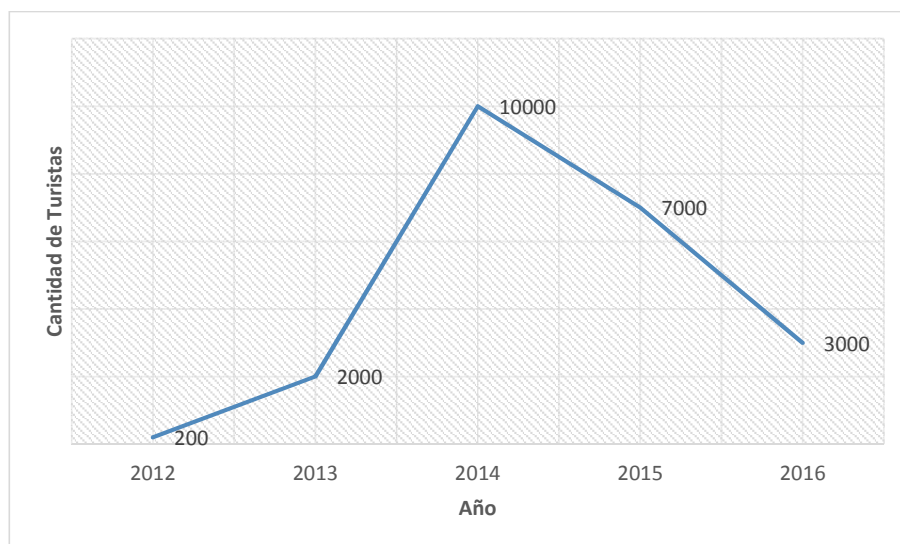
Alfombra amarilla, compuesta de las flores del guayacán

Fuente: Murai (2014). El guayacán amarillo. Recuperado en: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/14/0e/71/140e71510ba087e56e968f7e15819595.jpg>



El apoyo brindado por las entidades sectoriales y gubernamentales, ha permitido que se adquiriera una trascendencia nacional e internacional, dando cita a una alta cantidad de turistas agrupados en un solo evento. Como se detalla en la Gráfico 1, y gracias a los datos ofrecidos por varios medios de prensa, se constató el incremento de la asistencia de turistas a este acontecimiento.

Gráfico 1. Histórico de visitas de turistas al Florecimiento de los Guayacanes



Fuente: Diario el Comercio

Con importante atención se determinó, que desde el año 2012 hasta el año 2016, el evento tuvo un promedio de 4.440 turistas al año, en un evento que dura pocos días, en un sector alejado geográficamente. Con el fin de poder detallar el tipo de turismo al que pertenece, es dable analizar de antemano el concepto del mismo:

Como lo menciona la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo rural se define como “Las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona”. (2009)

Así también, como lo expone Arauz (2010), en su libro “Análisis del Sistema Turístico del Cantón de Buenos Aires: Insumo para un Diseño de Plan de Desarrollo en Turismo Rural” donde se refiere a lo dicho por la ICT-Alianza TRC(2005), que el Turismo Rural Comunitarios tiene como uno de los fines principales el involucramiento de las comunidades en la actividad turística; esto, de acuerdo con su definición para nuestro país “Experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad”.

Por el carácter que tiene este evento se lo puede clasificar dentro del turismo rural, lo que permite definir la importancia de promover la asociatividad de los habitantes a través de una organización formal comunitaria, que canalice y administre cada año los ingresos en conjunto. Principalmente enfocadas en tareas como se detallan en el Gráfico 2.

Gráfico 2. Actividades estratégicas competitivas- Turismo rural.



Analizando los datos proporcionados de ingresos económicos del acontecimiento natural, se determinó que en promedio anualmente el evento deja un ingreso directo estimado de USD \$150.960,00 suma que constituye un valor monetario sumamente importante para las necesidades de los pobladores. Que reciben un promedio de 4.440 turistas y que por lo general el evento tiene una duración de 4 días.

Conclusiones

El cantón Zapotillo en la provincia de Loja está ubicado en el sur del Ecuador frontera con el Perú, de acuerdo al censo del 2010 existen 3396 habitantes, donde sus principales actividades de subsistencia son la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca de mayor relevancia, las antes mencionadas como principales; seguidos por la enseñanza y por el comercio al por mayor y menor. Esto nos quiere decir, que poco es la relevancia que tiene el turismo en el sector, pero con visión de futuro y bajo la estructura asociativa de una Pymes puede sin lugar a dudas, generar una fuente de ingresos económicos sostenible en el tiempo.

La UNESCO también ha destacado este sector, declarándolo como reserva de Biósfera, que eleva aún más la importancia de implementar proyectos que busquen también la reinversión y conservación del ecosistema y es a través del turismo que se puede conseguir tales financiamientos.

Se determinó que los ingresos que arroja el evento del Florecimiento de los Guayacanes, tiene un alto impacto para la economía del sector, con un estimado mínimo de USD \$150.960,00 esto asumiendo los valores básicos que un turista en una estadía de un día puede gastar, lo que permite basados en los principios de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, recomendar la creación de una Organización Comunitaria en el sector, y porque no decirlo la creación formal de una Pyme que aporte significativamente la mejora competitiva del turismo rural en la zona, para distribuir de manera equitativa los ingresos obtenidos, la administración de fondos y ahorros futuros, la reinversión en mejoras de infraestructura en la zona, apuntando siempre al crecimiento en la cantidad de turistas anuales, traduciendo en mayores ingresos para la comunidad.

Agradecimiento

Por medio del presente, quiero dejar constancia de mi profundo agradecimiento a la Universidad Metropolitana por el espacio de desarrollo docente y profesional que me ha brindado, todos y cada uno de sus miembros, destacando que este resultado surge dentro de las actividades desarrolladas en el proyecto de investigación: Propuesta de mejoras de la competitividad interna/empresarial de la mipyme de la Provincia de El Oro. Así también, extendiendo mi fraterno saludo a mi hermoso Cantón Zapotillo en la provincia de Loja y a mi amigo el Ing. Darwin Martínez Chamba por su colaboración fotográfica.

Bibliografía

- Arauz Beita, I. I. (2010). Análisis del Sistema Turístico del Cantón de Buenos Aires: Insumo para un Diseño de Plan de Desarrollo en Turismo Rural. *Eumed.net*, 126.
- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Quito: Registro Oficial Asamblea Nacional.
- Banco Central del Ecuador. (Diciembre de 2012). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>
- Bigné Alcañiz, E., Font Aulet, X., & Andreu Simó, L. (2000). *Marketing de Destinos Turísticos y Estrategías de Desarrollo*. Madris: Esic Editorial.
- Castro, A., & Gillén- Requelme, A. (2010). *VII Foro sobre evaluación de la calidad de la investigación y de la educación superior*. Granada: AEPC.
- Diario El Comercio. (29 de Enero de 2014). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/zapotillo-revive-florecimiento-de-guayacanes.html>
- El Mercurio Diario Independiente de Cuenca. (24 de 01 de 2015). *El Mercurio*. Obtenido de <http://www.elmercurio.com.ec/464829-loja-bosque-seco-entre-los-ecosistemas-mejor-conservados-del-mundo/>
- Flores Tabara, V. G. (2017). El florecimiento de los Guayacanes como evento natural impulsor de la economía sectorial en Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 13.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Zapotillo. (02 de 03 de 2017). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Zapotillo*. Obtenido de http://gobiernodezapotillo.gob.ec/?page_id=34
- Guazmayán Ruiz, C. (2004). *Internet y la investigación científica*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Ideaspropias Editorial. (2006). *Promoción y Ventas de Servicios Turísticos. Comercialización de Servicios Turísticos*. España: Ideaspropias Editorial.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*.
- Lerma, H. (2007). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Organización Mundial de Turismo. (07 de 2009). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es>

Prefectura de Loja. (2016). *Guía Turística de la Provincia de Loja*. Obtenido de <http://intranet.prefecturaaloja.gob.ec/index.php/guia/>

Quesada Castro, R. (2010). *Elementos de Turismo: teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

Sabino, C. (2006). *Los caminos de la ciencia: una introducción al método científico*. Buenos Aires: Lumen- Humanitas.

Serna Gomez, H. (2003). *Gerencia estratégica*. Bogotá: 3R Editores.

(Julio 2017)

LA CULTURA MONTUBIA Y SUS TRADICIONES: APOORTE PARA EL TURISMO RURAL EN LA COSTA ECUATORIANA

Mgs. Alicia Jalón de Torbay
Universidad Ecotec
ajalon@ecotec.edu.ec

Resumen

La región litoral de Ecuador desarrolló, a partir de la Colonia, tradiciones que forman parte de los patrimonios intangibles del País. Esta ponencia abordará las dos más importantes de esas tradiciones, como signos visibles de una etnia que ha aportado destacados elementos a la cultura popular ecuatoriana. Estas tradiciones que se desarrollan en el área agrícola son importante sustento para el desarrollo de un turismo rural, que se comienza a practicar en Ecuador y que en las últimas décadas ha despertado gran interés. Se expondrán las características del conglomerado montubio, su forma de vida, sus aportes a la historia de Ecuador y las ofertas turísticas que se están generando en distintas localidades, así como las variadas propuestas para ofrecer a la ciudadanía una opción turística que la conecte con la naturaleza y con lo más importante de las tradiciones ecuatorianas.

Palabras Claves: Etnia, costumbres, tradiciones, cultura montubia, identidad cultural, patrimonio, amorfinos, rodeos montubios, rural.

Desarrollo

Representante de las áreas rurales de la costa ecuatoriana, el montubio, portador de una especial cultura, tiende a ser olvidado o considerado sólo dentro de lo llamativo, bullanguero o fiestero, confundiendo incluso, a veces, su cultura con el folclore, cuando en realidad el folclore es una de las manifestaciones de su cultura.

El montubio pertenece a un grupo de gente con características, que son muy apreciadas por los que comparten con ellos, ya que él es, por naturaleza, alegre y jovial, divertido, conversador y muy sociable, pero además trabajador, acostumbrado a labores rudas, como lo requieren las tareas del campo.

El historiador Willington Paredes afirma que los montubios “son básicamente tres cosas: una etnicidad, una cultura y una fuerza social que sustenta la agro economía de mercado interno y de exportación”. (Paredes, 2014)

Es evidente que los cambios que ha experimentado el mundo en los dos últimos siglos en cuanto a tecnología y globalización no han pasado inadvertidos para esta etnia tan importante, que es una cultura abierta, en constante fluidez, como lo afirma el historiador mencionado, quien sostiene que “hoy se encuentra al montubio con un teléfono celular y hablando inglés”. (Paredes, 2014).

Este grupo también ha variado en muchas de sus características. El montubio siglo XXI, no es el mismo que el del siglo XX. Sin embargo, sigue manteniendo su identidad diferenciadora de otros grupos.

Al montubio se lo encuentra trabajando para grandes hacendados, tanto en la siembra y cosecha de los productos agrícolas costeros, como en el cuidado de animales, principalmente en el área ganadera.

La vivienda del montubio suele ser de caña, a veces mezclada con madera y con techos de hojas sobre cañas, aunque algunos han optado por el techo de zinc y en la actualidad ya se puede encontrar construcciones en las que se han utilizado bloques, ladrillos y cemento.

Entre los montubios hay también pequeños terratenientes, dueños de lotes reducidos, a los que hacen producir para su sustento, sembrando los productos que permite cada ciclo, como puede ser cacao, arroz, café, maíz, así como legumbres y frutas de estación, que luego comercializan.

En estos casos trabaja la familia completa, pues la mujer es una gran ayuda en todas las labores en las que el marido necesite apoyo, y se la puede encontrar en las plantaciones de arroz, por ejemplo dedicada a la cría de animales, muchos de los cuales sirven para su consumo, reservando otra parte para la venta. Las crías más comunes son las de gallinas, cerdos, patos.

En la familia montubia, los hijos que están en edad de trabajar también colaboran en las tareas agrícolas, u otras actividades. Es común en ciertos sectores encontrar al pie de la carretera a los campesinos vendiendo sus productos, sean estos vegetales o frutas y en algunos casos huevos y queso preparado con la leche producida por su propia ganadería. Ofrecen también dulces típicos de su región.

Existen varias haciendas, cuya principal forma de producción es la ganadería, por lo que se encuentran localidades con importantes números de ganado, generadores de carne, leche y derivados.

Ocupa también el montubio ecuatoriano un lugar dentro de la historia del País, al haber contribuido de manera efectiva en la lucha por la independencia del Ecuador. Esta afirmación la hace el reconocido escritor Guayaquileño José de la Cuadra, como lo señala la nota de la agencia de noticias Andes

“El escritor guayaquileño José de la Cuadra (1903-1941), uno de los principales exponentes de temáticas sobre el montubio, cuenta que estos pueblos formaron parte de las milicias rurales que lucharon en las guerras de la independencia contra el yugo español, bajo la tutela del mariscal Antonio José de Sucre y del Libertador Simón Bolívar, agrupados en los batallones de Yaguachi y Daule”. (Barona, 2014)

Durante la vida republicana ecuatoriana, surgió la primera revolución nacionalista, conocida como revolución marista, que se dio el 6 de Marzo de 1845, en rechazo al gobierno de Juan José Flores, en la que también intervino este grupo étnico, que forma parte de lo que se da en llamar “los enganchados”, quienes “pertenecían en general a grupos campesinos o gente de la plebe. Entre todos, los mulatos eran los preferidos por su condición de gente suelta, sus destrezas y sus atributos físicos”. (Idrovo, 2011)

Son famosos también los grupos conocidos como “Montoneros” que acompañaron al General Eloy Alfaro en su lucha y revolución liberal en 1895, hecho que también destaca la Agencia de Noticias Andes, que ofrece la siguiente nota:

“Historiadores relatan las gestas de valientes hombres, que recibieron de las oligarquías el apelativo de “montoneras” y que acompañaron al montubio más grande de la historia, el general Eloy Alfaro, en la histórica Revolución Liberal del 5 de Junio de 1895”. (Barona, 2014)

No se puede negar el aporte socioeconómico del montubio ecuatoriano, pues la economía del País ha sido por siglos beneficiada por la labor de este importante grupo. Basta recordar el relevante sitio como productor bananero y cacaotero que ocupa el Ecuador, pues se ubica en ambos rubros entre los principales productores y exportadores de ambas frutas a nivel mundial.

En referencia a esa actividad el documento del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural consigna lo siguiente:

“Ese mundo costeño del cacao es, en esencia, el mundo del montubio. La zona de los grandes ríos interiores que conforman especialmente la cuenca del Guayas, hacia el sur, y la del Esmeraldas, hacia el norte, fue el escenario del desenvolvimiento de un campesinado volcado a la explotación agrícola de una tierra asombrosamente fértil —no solo cacao, sino también caucho, café, arroz, tabaco, caña, tagua, plátano, piña, etc. — así como a la cría de ganado en extensos pastizales. El montubio, esencialmente mestizo, desarrolló una idiosincrasia propia muy característica que le valió distinguirse del resto de habitantes de la Costa —y del Ecuador, por ende— debido a su reciedumbre, su habilidad, su arrojo y su peculiar cosmovisión mito-poética de la realidad”. (Landázuri, 2011).

Estos personajes, con su historia, su forma de vida y particulares características identitarias, poseen además costumbres y tradiciones que aportan al patrimonio cultural de su etnia y que han sido admirados por años. En esta ponencia se mencionará dos elementos importantísimos de la cultura montubia: Los amorfinos y los rodeos montubios. Ambos son un capital importante de este grupo étnico ecuatoriano.

Amorfinos

La cosmovisión mito-poética del montubio, a la que hace mención el Libro de Landázuri, mencionado en párrafos precedentes, se hace evidente en los tan famosos y populares amorfinos, cuyos textos y forma característica de decirlos son muy apreciados por quienes los escuchan. Ellos forman parte de las tradiciones importantes de la cultura montubia, tradiciones que desgraciadamente dejan de ser apreciadas o no son alimentadas en las memorias de los jóvenes, corriendo el riesgo de perderse.

El historiador Ángel Emilio Hidalgo asegura que el amorfino es “Proclive a transformaciones a través del tiempo”, pues señala que el amorfino tiene la capacidad de transmutarse y adecuarse a las nuevas realidades históricas, dado que el amor fino y amor cortés son sinónimos que proceden del mismo tronco, esto es el canto montubio europeo de la época medieval, el mismo que “sensible a los cambios producidos por el medio natural, socioeconómico y cultural” fue una variante de la copla, que seguramente nació en el Litoral ecuatoriano en el siglo XVII, entre los primeros mestizos, con la presencia de españoles. El autor asegura que no es una variante de la copla sino una creación, ya que considera que la copla, siendo viajera, obtiene carta de naturalización donde

se asienta. Al ofrecer los españoles sus versos con guitarra y vihuela, el hombre del agro “criolliza” la melodía y la palabra. (Hidalgo, 2014)

Macías Barres define el amorfino “como una composición lírica que posee ciertas características con respecto a su fondo y a su forma. Con respecto al fondo se puede decir que se trata de una forma sentenciosa que transmite un saber popular. En efecto, muchos amorfinos tienen una finalidad “moralizante”. (Barres, 2014).

Posee el amorfino esa particularidad de adaptación espacio temporal, que le permite cambiar y adecuarse, por lo que no es raro que se produzcan intenciones tan diversas y antagónicas, como la señalada por Macías de moralizante y la demostración del afán de dominio a su pareja por parte de los varones, pues es también, el amorfino, un vehículo para la demostración del machismo que predominaba en este grupo étnico, ya que por medio de sus versos manifiestan el afán posesivo que ejercían sobre la mujer. Para el montubio el machismo es sinónimo de masculinidad.

Los amorfinos subsisten por el esfuerzo de ciertos grupos por mantener esta tradición y se utilizan en fiestas y presentaciones públicas, pero ya no se escuchan con la frecuencia de antes o si aparecen es posible que tengan como vocero a una persona muy mayor que aún conserva recuerdo de los mismos. Las nuevas generaciones casi no los utilizan.

Muchos sectores y personas muestran preocupación por el riesgo de perder este legado cultural importante y se hacen esfuerzos por conservar esta tradición, como el pedido de Macías Barres, que manifiesta la necesidad de que el amorfino sea estudiado y caracterizado para ser promovido, pues el amorfino “forma parte del proceso de construcción identitaria de los montubios y del ecuatoriano en general”. El sugiere que el amorfino se integre al estudio de lengua y literatura en el País, “sin ser forzosamente asociado al folklore y/o a la cultura popular.” (Barres, 2014).



Fotografía “Los Compadres” Diario El Universo, 23 de Diciembre de 2016

Ejemplos de amorfinos:

El anillo que me diste

fue de oro y se rompió,
el amor que me tuviste
duró poco y se acabó.

La mujer bella y mal genio
es parecida al limón,
la cáscara es la bonita
pero agrio, agrio el corazón.

Si amarte fuera verte,
si verte fuera perderte,
prefiero amarte sin verte,
que verte para perderte. (2017, 2017)

Rodeos Montubios

Además de los amorfinos, otra de las tradiciones importantes de la comunidad montubia, son los rodeos montubios, que si bien es cierto, no son exclusivamente de nuestro País, pues hay otros que tienen esta práctica, en las comunidades ecuatorianas tienen su particular forma de presentación.

El Rodeo Montubio en Ecuador es una oportunidad para que el jinete demuestre su capacidad de dominio del caballo, ya que estando sobre el animal, se enfrasca en una lucha con él hasta someterlo.

Esta actividad está a la espera de ser nominada como Patrimonio intangible del Ecuador por parte del Instituto Nacional de Patrimonio. Así lo consigna el artículo de El Comercio, que dice que el rodeo montubio “En Ecuador tiene identidad propia, que se la imprime el montubio del País, por lo que se puede considerar también un patrimonio del inmaterial, a la espera de la declaratoria oficial como Patrimonio intangible de la Nación, que está en proceso en el Instituto Nacional de Patrimonio. (García, 2016).

El 12 de Octubre se considera el día de la interculturalidad y Plurinacionalidad y es considerado el día del Montubio, por lo que se realizan fiestas populares en las que destaca principalmente el tradicional Rodeo Montubio. Esta actividad se realiza en la Provincia de Los Ríos en distintos cantones, principalmente en su capital Babahoyo, en la Provincia de Manabí y en Guayas, siendo la más sobresaliente la que se lleva a cabo en el Cantón Salitre, considerado la capital montubia del Ecuador.

En estas fiestas se aprecia al montubio que muestra su personalidad abierta y desinhibida, donde concursa y compite con pares de otras haciendas en la monta y doma del caballo, que generalmente es indomable. Generalmente cada equipo va acompañado de una madrina bellamente engalanada. Por supuesto, no está ausente la música popular y espectáculos que alegran a los concurrentes.

Hasta hace muy pocos años era habitual el uso de armas de fuego en los rodeos montubios, las que eran utilizadas para lanzar disparos al aire, en señal de alegría y regocijo. Comentan quienes participaban continuamente en estas fiestas que luego de los rodeos se recogía una cantidad enorme de casquillos de las balas utilizadas. Afortunadamente, esa práctica ya no se ejecuta,

principalmente por estar prohibido por ley ingresar a este y cualquier otro espectáculo con armas de fuego.

Hace pocos años la Prefectura del Guayas realizó una exposición con obras pictóricas y escultóricas, sometidas previamente a concurso, alusivas al rodeo montubio, en lo que se llamó Exposición “El Rodeo Montubio: Su historia, arte y tradición”.

La Revista Legado, de estudiantes de Patrimonio Cultural de la Universidad Ecotec, del año 2011, recogió las impresiones de esa exposición, pero además resumió lo que es el rodeo montubio, como consta a continuación:

“Los orígenes del rodeo montubio lo encontramos en las primeras fiestas que se organizaban al producirse las yerras o jierras, para herrar o marcar al ganado. A partir de 1926 se empieza a realizar, al organizarse primero como traslados folklóricos como parte regional de las fiestas del montubio..... El rodeo montubio es una fiesta en la cual varios vaqueros participan con mucha alegría, para dejar el nombre de su hacienda en alto o de la asociación a la que representan. Las claves del oficio son las botas, los sombreros grandes que cubran del sol, trajes vistosos, espuelas y la habilidad innata del montubio para montarse y mantenerse sobre el caballo chúcaro, aquel no domesticado, que se convierte en la atracción. La destreza que emplea en el campo la utiliza en el “show” que ya es un ritual y parte del folclor ecuatoriano. No hay rodeo sin barra”..... En la exposición llamó la atención la explicación sobre las diversas modalidades de competir en el rodeo montubio, tales como: El Caracoleo, que consiste cuando el caballo está ensillado y con riendas, y el jinete lleva espuelas: solo puede agarrarse de las riendas y no puede sacar los pies de los estribos. Otra modalidad es la monta de cepo, es decir cuando el jinete sin montura sale aferrado a la crin y trata de mantenerse el mayor tiempo posible mientras la cabalgadura corcovea, caracolea, da brincos e intenta desembarazarse de él, tal como se indicó en el documental de la exposición.” (Ecotec, 2011).



Foto: Danny Mera. El Montubio y sus tradiciones, vigentes en la cultura de la costa ecuatoriana. Andes Agencia pública de noticias del Ecuador y Suramérica. Julio 8 de 2017.

Turismo Rural o Agro Turismo

El montubio ecuatoriano ha aportado con variadas tradiciones a formar el conjunto cultural del Ecuador, ya que sus prácticas culturales son invaluable legado para Ecuador.

Los dos patrimonios inmateriales de la cultura ecuatoriano, mencionados en esta ponencia son un aporte de la región litoral, específicamente de Guayas, Manabí y Los Ríos, al turismo rural que se practica en la actualidad y que se puede y debe incentivar y mejorar.

Se dice que muchas tradiciones se han ido perdiendo por el traslado del montubio desde el campo a la ciudad grande o por la adopción de modas y costumbres ajenas a sus tradiciones. Todo ello tiene que ver también con la globalidad o conectividad del mundo actual.

Se puede afirmar que si estas tradiciones aportan al turismo, también es importante y se debe considerar que el turismo abona para que estas tradiciones se mantengan vigentes.

Anteriormente se mencionaron las fiestas que se realizan en determinada fecha del año, que combinan patrimonio y folclore en lucidas y coloridas presentaciones, llenas de alegría; pero, si bien es cierto que estas celebraciones hacen visibles las tradiciones de una cultura que se mantiene, no es menos cierto que el agro ecuatoriana ofrece la oportunidad de ejercer un turismo diferente, como lo es el agro turismo, que se puede practicar durante todo el año.

Este tipo de turismo brinda la oportunidad de poner en valor muchos elementos que son inherentes a la cultura montubia. La autora de la ponencia conoce y ha visitado haciendas grandes y pequeñas que son plazas donde se puede desarrollar el agro turismo.

En algunas de ellas ya se lo realiza, de manera organizada y programada, como es el caso de la Hacienda El Encanto, situada a pocos kilómetros de Salitre, en la que los propietarios reciben a grupos de turistas durante los fines de semana y les brindan la oportunidad de vivir un día en el campo disfrutando de la naturaleza, los árboles frutales, paseos a caballo, e incluso ofrecen pequeños rodeos montubios, que ellos llaman mini-rodeos, porque no tiene la connotación de los grandes eventos que se celebran como competencia, pero sí ofrecen la observación de la monta y doma de caballos. Esta hacienda cuenta con la infraestructura de un espacio cerrado donde se puede ejercer la práctica mencionada.

Existen también otras haciendas con diferentes ofertas, como son el ordeño de vacas, la elaboración del queso artesanal, paseo en canoas por la rivera, observación y práctica del pilaje de arroz, tanto con las maquinarias modernas, como con las técnicas manuales, ya en desuso.

A 5 minutos de Salitre, en el Recinto Guachapalí y en temporada de cosecha de la caña de azúcar, se puede observar la técnica de la molienda de este fruto y saborear su producto, así como el famoso “guarapo”, preparado con el líquido extraído de la caña y que no contiene alcohol.



Fotografía: Alicia Jalón de Torbay

Conclusión

Por todo lo expuesto es necesario que se considere a la gran gama de productos turísticos que ofrece la comunidad montubia como un aporte importante de estas comunidades al desarrollo turístico y económico del País, consideración que debe ser realizada por las autoridades locales y nacionales para apoyar las iniciativas de las comunidades y procurar las adecuadas y cómodas vías de acceso a los distintos lugares donde se pueda desarrollar el agro turismo.

Es posible que en algunos casos sea necesario un financiamiento para que los que ofrecen el servicio puedan brindar una atención con los elementos indispensables para una buena atención al turista. Esto puede ser gestionado a través de las entidades estatales.

Además, se puede también por parte del ente gubernamental que se encarga del Turismo, ofrecer la preparación necesaria para que el servicio que se brinde sea especializado y cuente con los estándares que lo califiquen dentro de un rango de aceptable y de calidad.

Es necesario y deseable que se encuentre una armónica organización de las distintas comunidades, que colaboren entre ellas para conquistar un fructífero desarrollo turístico, que beneficiará a los grupos involucrados, a los visitantes y al desarrollo del País.

Bibliografía

- 2017, R. E. (2017). *Ejemplo de.com*. Recuperado el 8 de Julio de 2017, de http://www.ejemplode.com/41-literatura/3147-ejemplo_de_amorfinos.htm
- Barona, J. (24 de 08 de 2014). *El montubio y sus tradiciones, vigentes en la cultura de la costa ecuatoriana*. Recuperado el 6 de Julio de 2017, de Andes, Agencia Pública de Noticias del Ecuador y de Suramérica: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/montubio-sus-tradiciones-vigentes-cultura-costa-ecuatoriana.html>
- Barres, D. M. (2014). Paatrimonio cultural y linguistico: El Montubio y el amorfino. *Revue Histoire(s) de l’Amerique latine*, Vol. 10.
- Ecotec, E. d. (Noviembre de 2011). *Revista Legado*. Recuperado el 6 de Julio de 2017, de <https://revistalegado.wordpress.com/exposicion-el-rodeo-montubio-su-historia-arte-y-tradicion/>
- García, A. (30 de Septiembre de 2016). El rodeo montuvio busca su impronta como patrimonio inmaterial. *El Comercio*.
- Hidalgo, A. E. (02 de 03 de 2014). Cambio y permanencia en el amorfino costeño. *El Telégrafo*.
- Idrovo, T. (2011). Los enganchados. La Formación de grupos armados en La costa de Eecuator a inicios deL sigLo XIX. *Procesos. Revista ecuatoriana de Historia*, 33. I semestre.
- Landázuri, A. (2011). *El legado Sangurima. La obra literaria de José de la Cuadra*. Quito-Ecuador: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.
- Paredes, W. (26 de 06 de 2014). Es una cultura abierta, en constante fluidez. *El Universo*, pág. 2. Intercultural.

EL TURISMO RURAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL SEGÚN RESIDENTES DE LA PARROQUIA CASACAY

MARJORIE CRESPO GARCÍA¹
Universidad Metropolitana del Ecuador
mcrespo@umet.edu.ec

JONATHAN RUIZ CARRILLO²
Instituto Tecnológico Superior El Oro
jruiz@utmachala.edu.ec

JAVIER SOLANO SOLANO³
Universidad Metropolitana del Ecuador
jsolano@utmachala.edu.ec

Resumen

El limitado desarrollo turístico de la parroquia Casacay, se puede tratar con una capacitación personalizada, aprovechando la oferta que se presenta en este balneario turístico e incentivando la visión turística empresarial en esta área. En este sentido, se ha desarrollado una investigación relativa al tipo de turismo y su contribución al desarrollo local, valorando el impacto sociocultural que este puede significar. La falta de servicios turísticos en esas zonas está dada por la deficiente atención de los organismos competentes, que son llamados a proponer y generar programas de fomento y emprendimiento en las comunidades rurales, y mejorar la prestación de servicios turísticos. De acuerdo al diagnóstico inicial, los turistas llegan a la zona en busca de actividades deportivas, gustan de las artesanías y recuerdos que puedan obtener de su visita, considerando el río Casacay como el mayor atractivo del lugar. Los residentes están a gusto con el turismo, y muy acostumbrados al mismo. Además, existe un grupo de personas que aprovechan la recurrencia de visitantes. Pero aun así, este recurso no se ha explotado lo suficiente para impulsar un desarrollo local sostenible que genere mejoras al sector y a la calidad de vida de los residentes de Casacay.

Palabras clave: turismo rural, percepción comunitaria, impacto sociocultural, desarrollo local.

Introducción

Las ventajas comparativas que ofrece la gran cantidad de balnearios de río y de playa con los que cuenta la provincia de El Oro, ha generado una variada oferta de prestación de servicios turísticos que no se han podido posesionar en el mercado de la oferta por la escasa promoción del sitio. Al respecto, la formación en turismo de mujeres y hombres, del sector rural de la provincia de El Oro, se realiza a través del Ministerio de Turismo del Ecuador; bajo una necesidad generada desde la Junta Parroquial o desde el gobierno local

¹ Ingeniera Comercial, Universidad Técnica de Machala. Magister en Contabilidad y Auditoría. Libre ejercicio profesional como Contador Auditor. Docente Titular de la Universidad Metropolitana del Ecuador. Publicaciones varias sobre desarrollo sostenible de comunidades rurales en Ecuador. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo RIAT.

² Ingeniero Industrial, Universidad Politécnica Salesiana. Magister en Docencia Universitaria e Investigación Educativa, Universidad Técnica de Machala. Docente Titular del Instituto Tecnológico Superior El Oro. Publicaciones y ponencias sobre análisis de desarrollo sostenible en comunidades rurales del Ecuador. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo RIAT.

³ Ingeniero en Gestión Empresarial; Universidad Metropolitana. Magister en Economía y Dirección de Empresas, ESPOL; Master en Finanzas, Universidad Carlos III de Madrid. Docente Titular Auxiliar II, UMET, Sede Machala.

Municipal, o de manera directa una asociación o grupo social puede pedir una capacitación con el propósito de mejorar los servicios de atención al turista en áreas como gastronomía, servicios de hospedaje, turismo de aventura, actividades de preservación del medio ambiente, servicios de primeros auxilios y protección al turista, entre otros.

Al carecer de infraestructura adecuada, o por su mismo hábitat, el turista contamina y depreda en mayor o menor grado según sea su cultura de origen, destruyendo árboles flor y fauna arrojando desperdicios o basura, degradando así al paisaje y no asume responsabilidad de sus actos en los lugares deteriorados por su propio accionar. Así mismo, los hoteles, restaurantes y los propios turistas arrojan a los ríos, lagos y mares sus desechos. Debido a ello, se ha de proponer un proyecto de capacitación que permita a los moradores de la comunidad de la parroquia Casacay poder prestar servicios gastronómicos minimizando los daños futuros para el sector, con el debido manejo de los desechos alimenticios y coadyuvando al turista a colaborar con la preservación del medio ambiente (Ortiz Berrezueta, Noblecilla Grunauer, Ruiz Carrillo, Ordoñez Contreras, & Crespo García, 2017).

En el área rural, hoy en día se están generando gran cantidad de ofertas turísticas, como el turismo rural, de aventura, ecológico, agroturismo y otras actividades. Uno de los problemas graves que se tiene en la zona rural de El Oro, es la falta de suma de voluntades que tienen las comunidades, al ejercer trabajos individualistas, cada quien trabaja de manera desarticulada con las necesidades locales (Noblecilla G., Ortíz B., Ruiz C., Encalada L., & Ordoñez C., 2016). Si se pide una capacitación o una obra en su localidad, se van a evidenciar las actividades burocráticas, que en ocasiones no cursan el órgano regular, a través del Presidente de la Junta Parroquial o el Presidente de la Comuna o Sitio. Se ha generado un taller de Diagnostico con la Junta Parroquial de Casacay para poder ver las necesidades que tiene esta comunidad con respecto a las debilidades y fortalezas que se tiene en el sector turismo (Tabla 1). Todos los valores naturales y culturales que tiene la parroquia Casacay incentiva el anhelo de brindar las herramientas necesarias para que su población potencialice el desarrollo de la actividad turística.

Tabla1.- Problemas relativos al sector turismo percibidos por miembros de la Junta Parroquial Casacay.

Identificación del problema	Beneficiarios
Falta de centros recreativos	Habitantes del lugar y Turistas
Falta de Turismo de aventura	Habitantes del lugar y Turistas
Falta de Turismo de campamento	Turistas
Falta servicios de alimentación	Habitantes del lugar y Turistas
Falta servicios de hospedaje	Habitantes del lugar

Elaboración: Equipo gestor del Proyecto VINCOPP 003-2015. UTMACH.

En el contexto analizado, el objetivo de la presente investigación es analizar la calidad de la oferta turística rural del centro recreacional la Cocha, las alternativas de diversificación de prestación de servicios y su contribución al desarrollo local de la parroquia Casacay. Para tal efecto se desarrollaron dos instrumentos de investigación tipo cuestionario y encuesta. En los elementos de las encuestas se incluyen diferentes factores de estimación que permiten reflejar la realidad del turismo desde la perspectiva de los residentes y los posibles cambios o adaptaciones socioculturales, en especial de aquellos residentes que obtienen ingresos de forma directa de los turistas o de las actividades que éstos desarrollan durante su visita (Jamal & Getz, 1995; Jonas & Reza, 2008). Uno de los servicios turísticos típicos tiene que ver con la gastronomía (Jusoh, Shafiee, & Jamaluddin, 2012).

Siendo el caso de un considerable afluente turístico, es viable implementar estrategias de mercadeo, sin descuidar la imagen y promoción del sitio turístico (Kim & Richardson, 2003; Zhang, L'Espoir Decosta, & McKercher, 2015). Las temporadas de mayor recepción turística se ubica en los meses de enero, marzo, junio, julio, agosto y diciembre (Gráfico 1). La temporada alta se considera los meses de junio, julio y agosto, debido a los visitantes internacionales (Ministerio de Turismo, 2009). Queda abierta la propuesta de llevar un seguimiento al turismo en la zona estudiada, acompañando dicho documento de un plan de manejo ambiental. Para llevar un control adecuado del turismo dentro de una zona limitada es recomendable manejar los indicadores Capacidad de Acogida y Coeficiente de Rotación. Donde:

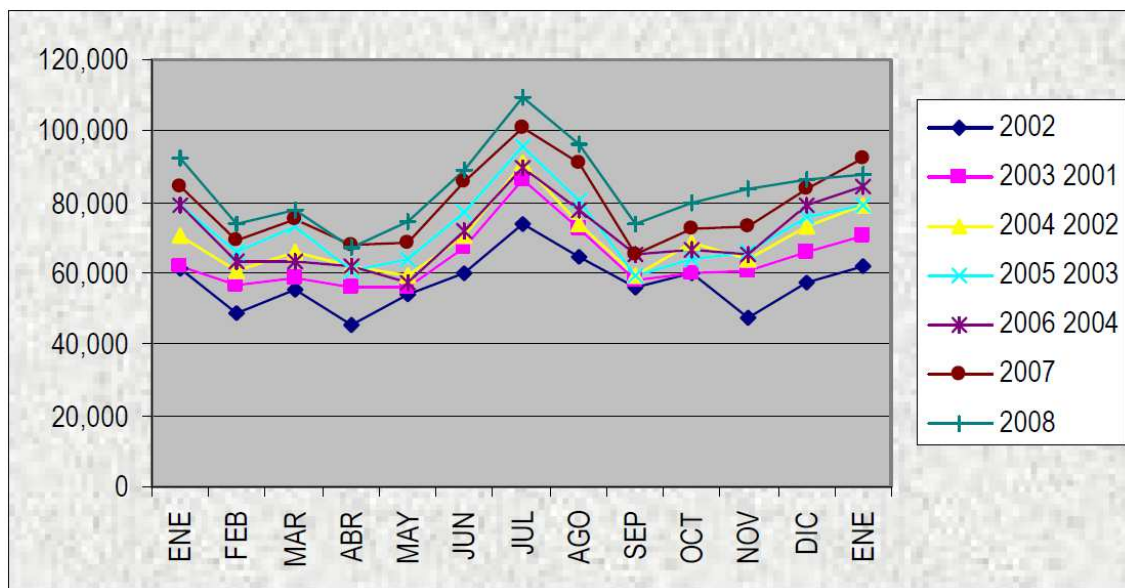
$$\text{Capacidad de Acogida} = \frac{\text{Superficie Utilizada por Turistas}}{\text{Promedio individual}} \quad (1)$$

Este es el número promedio de visitas diarias permitidas. Y,

$$\text{Coeficiente de Rotación} = \frac{\text{Número de horas diarias de apertura de visitas}}{\text{Tiempo medio de visitas}} \quad (2)$$

De tal forma que,

$$\text{Total de Visitas Diarias} = \text{Capacidad de acogida} * \text{Coeficiente de rotación} \quad (3)$$



Fuente: (Ministerio de Turismo, 2009)

Gráfico 1.- Estacionalidad de demanda de turismo receptor 2002-2008.

Metodología

El turismo se entiende como un recurso de un alto contenido de valores económicos, culturales, sociales y morales que producen la satisfacción de la necesidad humana de ocio activo, y este generalmente se da en escenarios naturales y la degradación de estos espacios puede resultar un fracaso total de destinos turísticos que permiten tal degradación. El turismo rural sostenible es el desarrollo a las pequeñas empresas turísticas, o a los microempresarios, que requiere de un alto contenido de mano de obra, generando empleo del recurso humano directa e indirectamente logrando fortalecer el turismo en el tiempo (Martínez Quintana & Blanco, 2013; Palafox-Muñoz, 2013).

Por la naturaleza del área de estudio, la investigación aplicada es de tipo exploratoria. Existen varias técnicas e instrumentos de investigación que al aplicarse posibilitan la correcta identificación de los factores de mayor relevancia para nuestro estudio. Para el presente caso, se ha utilizado un cuestionario en primera instancia, diseñado con preguntas claras y precisas, de tal forma que permitan recopilar información valedera tanto del cliente interno (comunidad) como externo (visitantes). Con la aplicación de este instrumento se buscó evidenciar los tipos de servicios y productos demandados por los turistas, sus gustos y preferencias; además se evidenció la percepción que tienen los residentes del sector respecto del turismo en la zona. En segunda instancia se hizo una encuesta, como método para identificar los puntos de interés y preocupación en los participantes en base a opciones preestablecidas.

Por tanto, el primer instrumento aplicado fue el cuestionario, tipo estudio de mercado, fue direccionado a potencializar los centros de recreación turística, en este caso puntual, para el sitio La Cocha de la parroquia Casacay (ver Anexos 1A y 1B). Los ítems desarrollados buscan evidenciar el tipo de turista que llega a este destino, sus gustos, preferencia y necesidades, desde el punto de vista turístico. El detalle será presentado como un resumen estadístico descriptivo para cada ítem con su respectiva representación gráfica para visualizar las tendencias marcadas y facilitar la inferencia de los resultados que serán tabulados con ayuda del software MS Excel.

Respecto a la encuesta aplicada, esta contiene los elementos de percepción comunitaria del turismo (Tabla 2), los factores que se analizan se miden usando una encuesta valorada con escala de Likert (Tabla 3), la cual permite estimar la tendencia del criterio emitido por los habitantes de la parroquia Casacay (Chou, Hsu, & Chen, 2008; Faulkner & Tideswell, 1997). Para su diseño se revisaron bases bibliográficas sobre el turismo en países subdesarrollados, respecto a lo cual se han hecho varios análisis reflejando un bajo balance por ingresos generados por actividades de turismo (Brohman, 1996; Echtner & Prasad, 2003; Korstanje, 2016), de ahí la necesidad de generar estrategias de impulso al desarrollo turístico; la expectativa es que esto no afecte el entorno sociocultural de los residentes de los puntos turísticos (Brunt & Courtney, 1999; McKercher, Wang, & Park, 2015). La fuente principal de información para determinar la incidencia del turismo en el desenvolvimiento sociocultural de los habitantes de un sector reside en ellos mismos, lo cual nos lleva a proponer una encuesta para tomar evidencia del impacto sociocultural (Ruhanen, Weiler, Moyle, & McLennan, 2015).

La contribución al desarrollo local se estima según la propia visión de los residentes y de sus representantes. Las gestiones se iniciaron con una valoración de los tipos de turistas, necesidades de estos alrededor del propio entorno turístico de la zona, y posteriormente evidenciar la percepción comunitaria de los visitantes al interior y su impacto en el desarrollo turístico local. El estudio inicial se realizó para analizar el tipo de turista que llega a la zona, sus gustos y preferencias, servicios y productos turísticos mayormente demandados, entre otros elementos que se plasmaron sus resultados para ser socializados con los miembros de la Junta Parroquial de Casacay y los pobladores de los sectores aledaños al balneario La Cocha. Esta información es básica para el desarrollo de talleres de capacitación en competencias laborables para los prestadores de servicios turísticos dentro del mencionado sector.

Tabla 2.- Elementos de la encuesta.

Ítem	Cuestionamiento
1	¿Cree usted que el turismo ha afectado en algún modo las oportunidades de desarrollo de la comunidad local?
2	¿Considera usted que la vida familiar habitual se ve afectada por el turismo?
3	¿El tiempo que usted pasa con su familia se ve afectado durante las temporadas altas de turismo?
4	¿Considera usted que la mayoría de los residentes que migran a la ciudad lo hacen para buscar empleo?

5	¿Cree usted que la vida comunitaria es afectada de algún modo por el turismo?
6	¿Considera usted que existen resentimientos entre la comunidad local y los turistas?
7	¿Cree usted que actividades de encuentro entre los turistas y la comunidad local puede dar lugar a un cambio en la actitud de la comunidad local?
8	¿Piensa usted que su estilo de vida es alterado temporalmente durante la temporada de turismo?
9	¿Cree usted que, como resultado del turismo, el desarrollo local les interesa más a los visitantes que a la comunidad local?
10	¿Considera usted que las personas de la localidad cambian sus creencias para acoger algunas de los turistas?
11	¿Siente que su seguridad es afectada de alguna forma durante la temporada turística?
12	¿Por qué reside usted en esta comunidad?

Fuente: (Brunt & Courtney, 1999)

Tabla 3.- Ponderaciones para tabular las encuestas.

Ponderación	Escala de Likert	Pregunta abierta
Totalmente en desacuerdo	1	-
En desacuerdo	2	-
Neutro	3	-
De acuerdo	4	-
Totalmente de acuerdo	5	-
Gusto por la naturaleza	-	1
Lugar de origen	-	2
Lugar de trabajo	-	3
Gusta del entorno comunitario	-	4

Fuente: (Brunt & Courtney, 1999; Faulkner & Tideswell, 1997)

Resultados

De acuerdo al cuestionario aplicado, al definir al turista típico que llega al sitio La Cocha de la parroquia Casacay (ver Anexo 2), se evidencia que la mayor parte de los turistas externos provienen de la ciudad de Cuenca (32.6%) y en menor proporción desde Machala. El turismo interno se estima con un 21.6% de personas originarias de la ciudad de Pasaje. Las personas que visitan este lugar en mayor parte son comerciantes (28.4%) y estudiantes (21.6%), siendo baja la presencia de otros profesionales. Cabe aclarar que para recolección de esta información no se tomó en cuenta los residentes de la zona ni a los comerciantes que laboran dentro del sector. Y aunque se note una ligera mayor presencia del género masculino (56%), la afluencia de turistas que regresan a la zona (72%) está distribuida equitativamente, con una periodicidad típica de entre una a tres veces al año, según el 64% de los turistas consultados.

La temporada de mayor movimiento obedece a los meses en que toman vacaciones escolares y la temporada de verano (sumando 64%); esto incluye los meses de febrero, marzo, julio y agosto inclusive, aun cuando la semana de carnaval no necesariamente sea la época preferida por los turistas (según su propio criterio). Esto último puede obedecer al hecho que, en estas fechas se intensifica el turismo interno. Algo destacable es que los turistas vienen acompañados de su familia; según el 65% este sitio es propicio para el sano esparcimiento familiar, quienes suelen llegar hasta el lugar en sus propios vehículos (60%) dada la facilidad de parqueo por los amplios espacios a este fin que se encuentran muy cerca del balneario La Cocha.

El presupuesto estimado para la visita se ubica entre 20 y 100 dólares, según el 76% de los turistas entrevistados. Los gastos típicos versan alrededor de alimentos y bebidas. Las personas que llegan a la zona, se ubican en un rango de edad entre 26 y 45 años (57%), es decir, son personas relativamente jóvenes. De forma usual, no necesitan alojamiento (77%), o al menos no requieren de un hotel u hostel según el 80% de los turistas, ya que visitan el lugar uno o dos días, considerando que estos días son los fines de semana (sábados y domingos). Su finalidad es pasar el día en familia en esos días o durante sus vacaciones (77.9%) en este destino, elegido esencialmente por su tranquilidad, donde las personas buscan relajarse y disfrutar de los paisajes del sector (según el 83.2% de los consultados).

Los turistas que llegan a la zona proponen la organización de actividades deportivas. Según el 50% de los entrevistados esto podría mejorar su estancia. En menor medida se tomaron propuestas de música en vivo, grabada o amenizada por mezcladores de música. El complemento en servicios sería la adecuación de más baterías sanitarias y sitios de diversión como discotecas y karaokes, de acuerdo al criterio del 37.9% de los turistas. Sin embargo, hay que considerar que esta información es muy variada, no así los productos turísticos propuestos, los cuales son artesanías y recuerdos del sector; el 70% de los turistas gustarían que en este sitio se promocionen estos productos. Justamente en el arte de estos, se puede considerar que lo más destacado de la zona es el río Casacay y los paisajes de sus alrededores, desde la perspectiva del 56,3% de los visitantes; cantidad que podría ascender por encima del 70% dado que los que destacan la tranquilidad de la zona, también podrían compartir estos criterios. En contraste, la presencia de plagas como mosquitos y maleza desalienta muchas veces a los turistas a arribar al sector. El 38.9% de los visitantes considera que estos problemas son el principal obstáculo a vencer para promover el desarrollo turístico sostenible de este popular lugar.

Según los resultados de la encuesta, resumidos en la Tabla 4, podemos constatar que el turismo no ha tenido un impacto considerable o notable en las oportunidades de desarrollo de la comunidad local; los residentes de esta comunidad consideran que la vida familiar habitual no es afectada por el turismo de manera alguna; asimismo, el tiempo que los miembros de ésta comunidad les dedican a sus familias no se tiene como afectado durante las temporadas consideradas altas para turismo; se estima que la mayor parte de los residentes que migran a la ciudad lo hacen para buscar empleo; la vida comunitaria o de convivencia social con el resto de residentes, no es afectado de ninguna forma por el turismo; no existe, o no se ha evidenciado, ningún tipo de resentimientos entre la comunidad local y los turistas; al respecto de lo último, a los residentes les interesan las actividades de encuentro entre los turistas y los miembros de esta comunidad, pese a que se muestran neutrales sobre la idea de generar un cambio en la actitud de esta población.

Se pudo constatar además, que el estilo de vida de sus pobladores sufre un bajo impacto durante la temporada de turismo, sin percibir cambios perjudiciales; como resultado del turismo, y en específico del potencial turístico, el desarrollo local les interesa tanto a los visitantes cuanto a la comunidad local; los residentes, raras veces cambian sus creencias para acoger algunas de los turistas; ellos también consideran que su seguridad y la de su familia no es afectada de forma alguna durante la temporada turística; y por lo general, las personas que habitan este sector lo hacen dado que es su lugar natal o de origen, de ellos o sus ancestros, y les han legado este sitio de residencia. Entre los factores más influyentes a nivel de la población local se encuentra el relacionado al tiempo que los residentes dedican a sus familias durante las temporadas altas de turismo (junio, julio y agosto), el cual, asimismo, consideran que no se ve afectado.

Tabla 4.- Elementos estadísticos descriptivos básicos.

Cuestionamiento	Moda	Mediana	Desviación estándar
¿Cree usted que el turismo ha afectado en algún modo las oportunidades de desarrollo de la comunidad local?	2	2	1,37
¿Considera usted que la vida familiar habitual se ve afectada por el turismo?	2	2	1,28
¿El tiempo que usted pasa con su familia se ve afectado durante las temporadas altas de turismo?	2	2	1,20
¿Considera usted que la mayoría de los residentes que migran a la ciudad lo hacen para buscar empleo?	4	4	1,30
¿Cree usted que la vida comunitaria es afectada de algún modo por el turismo?	2	2	1,39
¿Considera usted que existen resentimientos entre la comunidad local y los turistas?	2	2	1,14
¿Cree usted que actividades de encuentro entre los turistas y la comunidad local puede dar lugar a un cambio en la actitud de la comunidad local?	3	3	1,40
¿Piensa usted que su estilo de vida es alterado temporalmente durante la temporada de turismo?	2	2	1,25
¿Cree usted que, como resultado del turismo, el desarrollo local les interesa más a los visitantes que a la comunidad local?	3	3	1,40
¿Considera usted que las personas de la localidad cambian sus creencias para acoger algunas de los turistas?	2	2	1,23
¿Siente que su seguridad es afectada de alguna forma durante la temporada turística?	2	2	1,41
¿Por qué reside usted en esta comunidad?	2	2	0,94

Conclusiones

La caracterización del turismo nos muestra que los visitantes son personas relativamente jóvenes, comerciantes y estudiantes que aprovechan los fines de semana y periodo vacacional para visitar este destino turístico. Por lo general, los visitantes llegan en sus propios vehículos, razón por la cual se debe poner especial atención en la seguridad para estos vehículos y sus ocupantes. Solicitar la adecuación de más baterías sanitarias, y un frecuente mantenimiento, es una de las principales necesidades de los turistas, y la presencia de artesanos que confeccionen recuerdos del lugar, que destaca, según el criterio de los propios turistas, por los paisajes que incluyen al río Casacay. Y aunque la maleza y las plagas acarreadas por esta son una molestia para muchos turistas, el sector sigue siendo un punto de visita de gran concurrencia, en especial para las personas que llegan desde Cuenca hasta la provincia de El Oro y eligen quedarse en el balneario La Cocha.

Sobre el impacto sociocultural del turismo desde la perspectiva de los residentes de la parroquia Casacay hemos podido evidenciar que el turismo no ha alterado el tiempo que los residentes dedican a sus respectivos hogares, su vida familiar habitual, ni su estilo de vida en la comunidad. Las oportunidades de desarrollo se mantienen intactas, dado el bajo impacto que el turismo tiene sobre el sector analizado, esto se refleja en la inexistencia de rivalidades o resentimientos entre los residentes y los visitantes. Adicionalmente la población en su mayoría son nativos del lugar, que mantienen su hábitat al transcurrir de sus generaciones.

Existe una gran incidencia en el desarrollo económico y turístico, lo cual facilita el fortalecimiento al desarrollo local sostenible de la parroquia Casacay. Para mejorar la calidad de la oferta turística en el centro recreacional la Cocha, de la parroquia Casacay del cantón Pasaje, se requiere inicialmente conocer las

necesidades específicas y la realidad actual referente a estos puntos, por lo que existe la necesidad de capacitar en la prestación de servicios gastronómicos a pequeños comerciantes del Centro Recreacional La Cocha, dado que un recurso mal explotado en el sitio versa justamente sobre su deficiente gastronomía (según la opinión de los turistas).

La mejora de la calidad de la oferta turística en el centro recreacional la Cocha depende básicamente de los residentes de la zona, por lo que sería de gran utilidad talleres prácticos con visualización de ejemplos de desarrollo local impulsado en otras áreas. La emulación de ciertas actividades podría ser de utilidad e impulso a nuevas ideas y propuestas de cooperación conjunta. Respecto a este tipo de trabajo colaborativo, a los moradores les interesa el desarrollo turístico de la zona, dado el alto número de personas que se benefician directa o indirectamente de las actividades turísticas que se presentan en este sector. Se sugiere mantener la atención en las capacitaciones a los pobladores y emprendedores, en especial en el área gastronómica, que puede luego diversificarse para cubrir otros aspectos.

El objetivo común es el mismo, el desarrollo local sostenible, lo que permitirá la sustentabilidad en los procesos de fortalecimiento turístico y viabilizará muchas otras ideas y facilitará la obtención de inversión externa, en caso de ser requerida. Por último, es de reconocer que el sitio cuenta con el potencial suficiente para buscar convenios con operadoras de turismo locales, regionales y nacionales. Sería factible desde varios ángulos, sus paisajes, su ubicación geográfica, la facilidad de acceso, la diversidad en flora, el clima local, la armonía entre los residentes y los visitantes, entre otros elementos que hacen de este sector un punto a considerar para turistas que gusten de zonas naturales.

Referencias Bibliográficas

- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
- Asociación de Juntas Parroquiales Rurales de El Oro. (30 de Enero de 2010). Plan Parroquial de Casacay 2010-2025. Plan de Desarrollo Estratégico. Pasaje, El Oro, Ecuador: GOBIERNO PARROQUIAL AUTONOMO DE CASACAY.
- Bramwell, B. (2015). Theoretical activity in sustainable tourism research. *Annals of Tourism Research*, 54, 204–218. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.07.005>
- Brohman, J. (1996). New directions in tourism for Third World development. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 48–70. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00043-7](http://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00043-7)
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493–515. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00003-1](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00003-1)
- Chou, T.-Y., Hsu, C.-L., & Chen, M.-C. (2008). A fuzzy multi-criteria decision model for international tourist hotels location selection. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 293–301. <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.07.029>
- Echtner, C. M., & Prasad, P. (2003). The context of third world tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 660–682. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00045-8](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00045-8)
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3–28. <http://doi.org/10.1080/09669589708667273>
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism*

- Research*, 22(1), 186–204. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](http://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- Jonas, S. H., & Reza, B. (2008). Hospitality studies and hospitality management: A symbiotic relationship. *International Journal of Hospitality Management*, 101, 8357–8361.
- Jusoh, Z., Shafiee, N. H., & Jamaluddin, A. (2012). Factors Influencing Tourist Food Consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 1–27.
- Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216–237. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00062-2](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00062-2)
- Korstanje, M. E. (2016). Sun & sea tourism: Fantasy and finance of the all-inclusive industry. *Annals of Tourism Research*. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.012>
- Martínez Quintana, V., & Blanco, R. (2013). Hacia una gestión sostenible de las actividades turísticas en los espacios rurales y naturales. *RIO: Revista Internacional de Organizaciones*, (10), 131–155. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4994798.pdf%5Cnhttp://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=4994798>
- McKercher, B., Wang, D., & Park, E. (2015). Social impacts as a function of place change. *Annals of Tourism Research*, 50, 52–66. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.002>
- Noblecilla G., M., Ortíz B., L., Ruiz C., J., Encalada L., I., & Ordoñez C., O. (2016). Análisis del potencial turístico de las comunidades rurales . Caso de estudio : Comunidad Muyuyacu , El Oro-Ecuador. *RIAT*, 12, 48–59. Retrieved from <http://riat.ugal.cl/index.php/test/article/view/322>
- Ortiz Berrezueta, L. A., Noblecilla Grunauer, M. S., Ruiz Carrillo, J. A., Ordoñez Contreras, O. S., Crespo Garcia, M. K. (2017). Commune perceptions of the sociocultural impacts derived from rural tourism. Bellavista case, Ecuador. *RIAT*, 13. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/riat.v13i1.369>
- Palafox-Muñoz, A. (2013). El turismo como eje de acumulación. *Especial: América Latina*, (América Latina), 161–174. http://doi.org/10.5209/rev_NOMA.2013.42347
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., & McLennan, C. J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: a 25-year bibliometric analysis Trends and Patterns in Sustainable Tourism Research: A 25- Year Bibliometric Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517–535. <http://doi.org/10.1080/09669582.2014.978790>
- Zhang, C. X., L'Espoir Decosta, P., & McKercher, B. (2015). Politics and tourism promotion: Hong Kong's myth making. *Annals of Tourism Research*, 54, 156–171. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.07.003>

LA PERCEPCIÓN COMUNITARIA DEL IMPACTO SOCIO-CULTURAL GENERADO POR EL TURISMO RURAL EN LA PARROQUIA BELLAVISTA

MARJORIE CRESPO GARCÍA ¹
 Universidad Metropolitana del Ecuador
mcrespo@umet.edu.ec

JONATHAN RUIZ CARRILLO ²
 Instituto Tecnológico Superior El Oro
jruiz@utmachala.edu.ec

JAVIER SOLANO ³
 Universidad Metropolitana, Sede Machala
jsolano@utmet.edu.ec

RESUMEN

Este artículo presenta una investigación sobre la percepción comunitaria del turismo y su impacto sociocultural, desde el punto de vista de los habitantes de las comunas ribereñas de la parroquia Bellavista, que incluyen los sectores aledaños al Humedal La Tembladera, considerada como patrimonio cultural, área protegida con alto potencial turístico. Con la finalidad de determinar si el turismo rural está provocando cambios a nivel sociocultural en los residentes del mencionado sitio, se analizan bases bibliográficas que abordan investigaciones relativas al desarrollo turístico y los efectos de la interacción entre las comunidades rurales y los turistas. En el análisis, el componente que muestra más relaciones de interacción es el relacionado con la seguridad personal de los residentes, este elemento no se ve afectado por el flujo de visitantes durante las temporadas de mayor auge. Los impactos socioculturales del turismo pueden estar relacionados con la percepción que tienen al respecto los habitantes de la parroquia Bellavista.

Palabras clave: turismo rural, impacto socio-cultural, percepción comunitaria.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo en comunidades rurales nace en Europa como una estrategia complementaria para el desarrollo socio-económico en las poblaciones rurales después de la segunda guerra mundial, es por ello que recién en la década de los setenta y ochenta se establecieron las políticas de desarrollo turístico para áreas rurales. En Francia se realiza turismo rural en base a las actividades realizadas en pequeñas haciendas agrícolas. En Austria fijan políticas en el que limitan el número de espacios turísticos dentro del turismo agrícola. En Alemania se habla de vacaciones en haciendas agrícolas, en el que aprenden las actividades de la agricultura y el campo a personas que viven en espacios urbanos. Por otro lado, en Dinamarca el turismo rural se concentra en el alquiler de una habitación con pensión completa o media pensión, en las que se brinda actividades como: pesca, andar en bicicleta, tenis y piscina (El Clima, 2016).

En Holanda, el turismo rural se basa en el agro-camping. En Bélgica, existen tres formas de turismo en el campo: alojamiento en la hacienda, habitación en la hacienda incluida la comida y el agro-camping.

¹ Ingeniera Comercial, Universidad Técnica de Machala. Magister en Contabilidad y Auditoría. Libre ejercicio profesional como Contador Auditor. Docente Titular de la Universidad Metropolitana del Ecuador. Publicaciones varias sobre desarrollo sostenible de comunidades rurales en Ecuador. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo RIAT.

² Ingeniero Industrial, Universidad Politécnica Salesiana. Magister en Docencia Universitaria e Investigación Educativa, Universidad Técnica de Machala. Docente Titular del Instituto Tecnológico Superior El Oro. Publicaciones y ponencias sobre análisis de desarrollo sostenible en comunidades rurales del Ecuador. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo RIAT.

³ Ingeniero en Gestión Empresarial. Magister en Economía y Dirección de Empresas (ESPOL). Docente Titular Auxiliar II en Universidad Metropolitana.

En Portugal, el turismo rural presenta cuatro modalidades: turismo organizado por el agricultor, agroturismo, turismo rural, y zonas turísticas de caza. En Latinoamérica, Chile y Argentina son países referentes a la más amplia red de asociaciones de turismo rural, en el que se desarrollan varias actividades de camping, y agroturismo. Por otro lado, las comunidades aledañas a sitios de recreación turística, centros históricos, o cualquier sitio considerado turístico, pueden sentir, en algunos casos, que las actividades derivadas del turismo lleguen a afectar a su comunidad en el aspecto sociocultural (Bramwell, 2015; Dolnicar, Yanamandram, & Cliff, 2012).

Los efectos varían de acuerdo a la afluencia de visitantes, las actividades que realizan durante su estancia y sus costumbres o creencias. Siendo la comunidad de Bellavista, por el Humedal La Tembladera, una zona altamente turística, la cual no ha sido potencializada para el turismo, manifiesta entre las causas de su poca afluencia turística el desconocimiento de la existencia del sitio, la carencia de publicidad o comunicación turística en la zona. Otro problema puede ser la poca atención en investigaciones sobre los potenciales recursos turísticos en el sitio. La poca inversión en el sector turístico debido al bajo nivel de proyectos en base al turismo rural (Moyle, Croy, & Weiler, 2010).

Para profundizar en el tema Bellavista tiene un sitio que se llama Humedal La Tembladera donde se puede realizar diferentes tipos de turismo para el desarrollo sociocultural de la población del sitio mencionado. Es por ello que el problema se lo puede formular en base a ¿cómo el bajo nivel de percepción en el turismo rural impacta en el aspecto sociocultural de la comunidad de Bellavista? El argumento o finalidad buscada es determinar la percepción que tienen los residentes de estos sectores respecto del desarrollo turístico local en sus diferentes etapas, o mientras el afluente se va incrementando o decreciendo paulatinamente. Un punto de referencia en el análisis es la temporada alta de turismo, temporada vacacional o de verano, según sea el caso (Chen, Hsu, & Tzeng, 2011; Wang, Chen, & Chen, 2012).

La Parroquia Bellavista del Cantón Santa Rosa, Provincia de El Oro, fue colonizada por primera vez alrededor del año de 1870, cuyas primeras familias fueron los Aguilar, Lozano, Zambrano, Macas, Torres, Zavala y Pesantes. El sitio fue denominado Pitapongo en sus orígenes donde se creó un puerto pequeño fluvial llamado Botadero, de donde se comercializaba productos y se los trasladaban a Santa Rosa; así mismo, recién el 27 de Abril del 1907 el Municipio de Santa Rosa, eleva a parroquia la sección civil denominada "Pitapongo", llamándola hoy en día como Bellavista por su majestuosa flora y fauna, así como la belleza de las casas arquitectónicas de la ciudad, y sus paisajes (GAD BELLAVISTA, 2016).

Bellavista es una zona considerada de baja afluencia turística, por lo que es necesario trabajar sobre su imagen y promoción turística. Ubicada en la provincia de El Oro, Ecuador, es una parroquia rural del cantón Santa Rosa, conformada por las denominadas comunas riverieñas conformadas por los sitios: La Florida, Miraflores, San Jacinto, Laguna de Caña y San José (Ministerio del Ambiente, 2009). Su potencial turístico facilita la promoción con distintos medios tecnológicos de difusión, en la que se recomendaría la forma gráfica para destacar los paisajes propios del sector (Echtner & Prasad, 2003; Kim & Richardson, 2003; Scherrer, 2014). Sin embargo, la idea de esta investigación versa únicamente sobre la influencia del turismo en el sector, lo que dará pautas para las posteriores estrategias a implementar, mismas que salvaguarden la integridad sociocultural de la zona.

Para la redacción del presente artículo, se revisaron estudios sobre la relación entre la hospitalidad y la motivación (Cimbaljević, 2015; Otting & Zwaal, 2011), investigaciones de planificación estratégica en hospitalidad y turismo (Phillips & Moutinho, 2014; Ruhanen, Weiler, Moyle, & McLennan, 2015), la percepción comunitaria del turismo (Moyle et al., 2010; Routledge, 2006), indicadores de sostenibilidad para diferentes tipos de destinos, incluidos los vulnerables (Cornet, 2015; Sancho, Garcia, & Roza, 2007), el turismo y sus efectos en la economía local (Song, Haiyan, Larry Dwyer & ZhengCao, 2012), aspectos de promoción y publicidad (Wang et al., 2012; Witell & Löfgren, 2013), entre otros temas relacionados al impacto sociocultural del turismo (Brunt & Courtney, 1999; Korstanje, 2012).

El trabajo desarrollado por (Córdova, 2003), describe que el objetivo del turismo rural se dirigen tanto a los turistas como a los individuos que ocupan permanentemente el espacio en el cual se manifiesta el turismo. Las comunidades locales o receptoras son tan importantes en este sistema como lo es el paisaje y el turista. En este sentido, las acciones del desarrollo deben enmarcarse dentro de estos parámetros si es que quiere mejorar la calidad de vida de las poblaciones rurales. En este caso se realizó un estudio en la región del Valle del Colca, Arequipa, Perú, en el que se muestran paisajes netamente culturales y patrimoniales para el turismo. Por otro lado, existe una gran fauna en las montañas rocosas como el cóndor el ave símbolo de los Andes, que puede dar avistamiento para los turistas.

La investigación realizada por (Garin, 2014), determina que el turismo rural es una actividad que se está consolidando como un motor para el desarrollo de las comunidades campesinas ya que es un complemento a sus labores productivas tradicionales y que les permite utilizar los recursos naturales, gastronómicos, históricos, y pasajísticos que están a su disposición. Teniendo en cuenta estas perspectivas el objetivo del estudio es analizar el rol de la institucionalidad pública, sus relaciones con los emprendedores locales, y caracterizar a los campesinos que realizan turismo rural, conocer su percepción sobre las instituciones y gobierno local, sus limitaciones y beneficios que tienen para realizarse su actividad.

En el artículo elaborado por García, Cánoves, Salamaña, Valdovinos, & Villarino (1995), establece como objetivo de su trabajo de investigación como el de analizar el cambiante papel de la mujer en la actividad económica en las áreas rurales de España, en particular, con una nueva actividad el turismo rural. En el que se enmarca en un proceso dividido en 4 fases preponderante en el que se establece primero el marco teórico del turismo rural, en segundo lugar se dinamiza a profundidad el tema, se aplica la metodología de investigación en el tercer paso y en el cuarto se discuten los resultados obtenidos, en el que se tiene que la mujer es altamente emprendedora para el desarrollo sostenible de las comunidades rurales más aun en el turismo rural.

2. METODOLOGÍA

Los datos recabados permitieron establecer los factores críticos a nivel sociocultural relacionado con el desarrollo turístico de un sector, información que, a su vez, puede servir de base para la propuesta de un modelo de desarrollo turístico sostenible para el sector en referencia que minimice el impacto sociocultural (Jensen, 2016; Routledge, 2006; Song, Haiyan, Larry Dwyer & ZhengCao, 2012). Se seleccionó como punto de estudio a la parroquia Bellavista, en específico los sitios aledaños al Humedal La Tembladera, sitios denominados como las Comunas Ribereñas. En la Tabla 1 se muestra la población referencial base de los habitantes de las comunas ribereñas de la parroquia Bellavista (Ministerio del Ambiente, 2009). Para el año 2010 la población por área, según provincia, cantón y parroquia de empadronamiento reflejaba un total potencial de 2835 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010).

Tabla 1.- Población estimada en las comunas ribereñas

Lugar	Sexo		Total
	Hombres	Mujeres	
La Florida	10%	9%	19%
Miraflores	4%	5%	9%
San Jacinto	4%	3%	7%
Laguna de Caña	16%	14%	30%
San José	18%	17%	35%
TOTAL:	51%	49%	100%

Fuente: Encuestas a familias, Componente socio-económico, Plan de Manejo Humedal La Tembladera - 2009; IV Censo de Población y V de Vivienda, Noviembre 2001, INEC

Los factores se midieron usando una encuesta con escala de Likert, la cual puede proporcionar un marco de referencia relevante que nos ayude a estimar y analizar los factores de mayor y menor relevancia en nuestra investigación (Chou, Hsu, & Chen, 2008). Sobre el turismo en países subdesarrollados se han hecho varios análisis reflejando un bajo balance por ingresos generados por actividades de turismo (Echtner & Prasad, 2003; Korstanje, 2016), de ahí la necesidad de generar estrategias de impulso al desarrollo turístico; la expectativa es que esto no afecte el entorno sociocultural de los residentes de los puntos turísticos (Brunt & Courtney, 1999; McKercher, Wang, & Park, 2015). La fuente principal de información para determinar la incidencia del turismo en el desenvolvimiento sociocultural de los habitantes de un sector reside en ellos mismos, lo cual nos lleva a proponer una encuesta para tomar evidencia del impacto sociocultural (Ruhanen et al., 2015).

En los elementos de la encuesta se incluyen diferentes factores de estimación que permiten reflejar la realidad del turismo desde la perspectiva de los residentes y los posibles cambios o adaptaciones socioculturales, en especial de aquellos residentes que obtienen ingresos de forma directa de los turistas o de las actividades que éstos desarrollan durante su visita (Jonas & Reza, 2008). Uno de los servicios turísticos típicos tiene que ver con la gastronomía, incluso en aquellas zonas con bajo afluente turístico, aunque con oferta limitada, lo cual limita también su crecimiento mercantil (Jusoh, Shafiee, & Jamaluddin, 2012). Siendo el caso de un reducido afluente turístico no tendría sentido implementar estrategias de mercadeo sin trabajar previamente en la imagen y promoción del sitio turístico (Kim & Richardson, 2003; Zhang, L'Espoir Decosta, & McKercher, 2015). Las temporadas de mayor recepción turística se ubica en los meses de enero, marzo, junio, julio, agosto y diciembre. La temporada alta se considera junio, julio y agosto, debido a los visitantes internacionales (Ministerio de Turismo, 2009).

Para inferir sobre los aspectos relevantes de la información, se usó un modelo de encuesta para aplicar a parte de la población, estimada luego de calcular una muestra representativa. Los elementos cuestionados se muestran en la Tabla 2. Para las ponderaciones se consideraron una escala de Likert para once de los doce ítems incluidos en la encuesta, y una pregunta abierta que luego englobó cuatro tipos de resultado. Esta última información se resume en la Tabla 3.

Tabla 2.- Elementos de la encuesta

Ítem	Cuestionamiento
1	¿Cree usted que el turismo ha afectado en algún modo las oportunidades de desarrollo de la comunidad local?
2	¿Considera usted que la vida familiar habitual se ve afectada por el turismo?
3	¿El tiempo que usted pasa con su familia se ve afectado durante las temporadas altas de turismo?
4	¿Considera usted que la mayoría de los residentes que migran a la ciudad lo hacen para buscar empleo?
5	¿Cree usted que la vida comunitaria es afectada de algún modo por el turismo?
6	¿Considera usted que existen resentimientos entre la comunidad local y los turistas?
7	¿Cree usted que actividades de encuentro entre los turistas y la comunidad local puede dar lugar a un cambio en la actitud de la comunidad local?
8	¿Piensa usted que su estilo de vida es alterado temporalmente durante la temporada de turismo?
9	¿Cree usted que, como resultado del turismo, el desarrollo local les interesa más a los visitantes que a la comunidad local?
10	¿Considera usted que las personas de la localidad cambian sus creencias para acoger algunas de los turistas?
11	¿Siente que su seguridad es afectada de alguna forma durante la temporada turística?
12	¿Por qué reside usted en esta comunidad?

Fuente: (Brunt & Courtney, 1999)

El diseño de investigación es no experimental, exploratoria y descriptiva, por lo que se detallarán de forma sistemática los datos obtenidos (García-García, Reding-Bernal, & López-Alvarenga, 2013; Kindström & Kowalkowski, 2009), mismos que se tabularon con ayuda del software IBM SPSS Statistics 23 versión de prueba. El estudio toma aspectos de hospitalidad, ambiente social comunitario,

interacción entre la comunidad y los turistas (Griffiths & Sharpley, 2012; Jonas & Reza, 2008). Para el cálculo de la muestra se decidió escoger al azar dos de los sitios que componen el área de estudio (tres en caso de que la población seleccionada sea inferior al 50% del total de 2835); luego de lo cual se seleccionaron los sitios San José y La Florida, ambos lugares componen el 54% de la población total estimada de las comunas riveraños del cantón Santa Rosa (Tabla 1).

Tabla 3.- Ponderaciones para tabular las encuestas

Ponderación	Escala de Likert	Pregunta abierta
Totalmente en desacuerdo	1	-
En desacuerdo	2	-
Neutro	3	-
De acuerdo	4	-
Totalmente de acuerdo	5	-
Gusto por la naturaleza	-	1
Lugar de origen	-	2
Lugar de trabajo	-	3
Gusta del entorno comunitario	-	4

Fuente: (Brunt & Courtney, 1999; Faulkner & Tideswell, 1997)

Por tanto, la población a estudiar (N) se compone de 1531 habitantes; además, para el cálculo se consideró un margen de error (ϵ) del 5%, dada la reducida población de la zona con un grado de confianza (z) del 95%, usando la siguiente relación:

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

Donde p y q son las proporciones de la población con una característica esperada y no esperada respectivamente, tomando el valor de 0.5 para cada caso ya que no hay necesidad de diferencia entre los habitantes del sector, siendo igualmente aceptables hombres y mujeres mayores de edad. Así, el tamaño de la muestra (n) llega a establecerse en 308 unidades de estudio, lo cual equivale a un total de 77 familias, considerando que cada familia consta de cuatro integrantes en promedio (García-García et al., 2013). Para reducir el error de estimación se incrementó la muestra de redondeando a 80 encuestas a ser aplicadas en los hogares de dos sitios preseleccionados totalmente al azar.

3. RESULTADOS

En el análisis de los datos recopilados, para empezar, se verificó la fiabilidad de la escala aplicada para cuantificar los registros, utilizando un análisis de fiabilidad con alfa de Cronbach, que resultó en 0,992 (según la prueba realizada con la versión de prueba de IBM SPSS Statistics). Esto indica que los datos son altamente confiables (Tabla 4). Después de la tabulación, se verifican los elementos principales que muestran una mayor interacción con el resto de los elementos mediante un análisis factorial, que refleja un porcentaje de la varianza superior al 90% sobre uno solo de los componentes (Tabla 5).

Tabla 4.- Prueba de fiabilidad para los elementos de la encuesta

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basado en elementos estandarizados	Número de elementos
0,992	0,992	11

Fuente: Análisis realizado con el software IBM SPSS.

El elemento con mayor incidencia es la seguridad personal de los residentes, que afirman que no se ve afectada por el flujo de visitantes durante las temporadas turísticas de mayor auge. Este elemento es el que tiene la relación más estrecha con los demás elementos examinados (desde el punto de vista de la variabilidad presente en cada conjunto de valores analizados bilateralmente). Sin embargo, la

información reportada nos da diferentes resultados que se detallan por separado, contrastando sus tendencias centrales, los valores medios y medianos. En las interacciones se estima la varianza total por componente y se categorizan los mismos. Esto suele proceder después de definir los puntos en común; Sin embargo, se omite la presentación de estos resultados.

Tabla 5.- Análisis factorial de los elementos de la encuesta

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	11,033	91,945	91,945	11,033	91,945	91,945
2	,358	2,987	94,932			
3	,188	1,564	96,496			
4	,123	1,026	97,522			
5	,073	,605	98,127			
6	,066	,551	98,678			
7	,049	,407	99,085			
8	,038	,319	99,404			
9	,026	,221	99,625			
10	,021	,173	99,798			
11	,016	,137	99,936			
12	,008	,064	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Análisis realizado con el software IBM SPSS.

Tabla 6.- Componentes principales de la encuesta

Matriz de componentes ^a	Componente
	1
¿Cree usted que el turismo ha afectado en algún modo las oportunidades de desarrollo de la comunidad local?	,976
¿Considera usted que la vida familiar habitual se ve afectada por el turismo?	,977
¿El tiempo que usted pasa con su familia se ve afectado durante las temporadas altas de turismo?	,938
¿Considera usted que la mayoría de los residentes que migran a la ciudad lo hacen para buscar empleo?	,913
¿Cree usted que la vida comunitaria es afectada de algún modo por el turismo?	,983
¿Considera usted que existen resentimientos entre la comunidad local y los turistas?	,966
¿Cree usted que actividades de encuentro entre los turistas y la comunidad local puede dar lugar a un cambio en la actitud de la comunidad local?	,937
¿Piensa usted que su estilo de vida es alterado temporalmente durante la temporada de turismo?	,975
¿Cree usted que, como resultado del turismo, el desarrollo local les interesa más a los visitantes que a la comunidad local?	,972
¿Considera usted que las personas de la localidad cambian sus creencias para acoger algunas de los turistas?	,974
¿Siente que su seguridad es afectada de alguna forma durante la temporada turística?	,983
¿Por qué reside usted en esta comunidad?	,908

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componente extraído.

Fuente: Análisis realizado con el software IBM SPSS.

De acuerdo con los resultados resumidos en la Tabla 7, se puede ver que el turismo no ha tenido un impacto considerable en las oportunidades de desarrollo para la comunidad local. Los residentes de esta comunidad consideran que su vida familiar habitual no es afectada por el turismo de ninguna manera. Asimismo, el tiempo que los miembros de esta comunidad dedican a sus familias no se ve afectado durante las altas estaciones del turismo. La mayoría de los residentes que emigran a la ciudad lo hacen para buscar empleo o trabajar. Además, la vida comunitaria, o la convivencia social con otros residentes, no se ven afectadas en modo alguno por el turismo. Por último, no hay evidencia de ningún tipo de resentimiento entre la comunidad local y los visitantes. En este sentido, a los residentes les interesan las actividades de encuentro entre los turistas y los miembros de esta comunidad, pese a que

se muestran neutrales sobre la idea de la necesidad de generar un cambio en la actitud de esta población.

Tabla 7.- Elementos estadísticos descriptivos básicos

Cuestionamiento	Moda	Mediana	Desviación estándar
¿Cree usted que el turismo ha afectado en algún modo las oportunidades de desarrollo de la comunidad local?	2	2	1,370
¿Considera usted que la vida familiar habitual se ve afectada por el turismo?	1	2	1,280
¿El tiempo que usted pasa con su familia se ve afectado durante las temporadas altas de turismo?	1	2	1,196
¿Considera usted que la mayoría de los residentes que migran a la ciudad lo hacen para buscar empleo?	4	4	1,302
¿Cree usted que la vida comunitaria es afectada de algún modo por el turismo?	1	2	1,393
¿Considera usted que existen resentimientos entre la comunidad local y los turistas?	1	2	1,137
¿Cree usted que actividades de encuentro entre los turistas y la comunidad local puede dar lugar a un cambio en la actitud de la comunidad local?	4	3	1,400
¿Piensa usted que su estilo de vida es alterado temporalmente durante la temporada de turismo?	2	2	1,245
¿Cree usted que, como resultado del turismo, el desarrollo local les interesa más a los visitantes que a la comunidad local?	1	3	1,398
¿Considera usted que las personas de la localidad cambian sus creencias para acoger algunas de los turistas?	2	2	1,230
¿Siente que su seguridad es afectada de alguna forma durante la temporada turística?	1	2	1,413
¿Por qué reside usted en esta comunidad?	2	2	0,938

Fuente: (Brunt & Courtney, 1999)

También se pudo constatar que el estilo de vida de sus pobladores sufre un bajo impacto durante la temporada de turismo, sin percibir cambios relevantes; como resultado del turismo, y en específico del potencial turístico, el desarrollo local les interesa tanto a los visitantes cuanto a la comunidad local; éstos, raras veces cambian sus creencias para acoger algunas de los turistas; los residentes consideran que su seguridad y la de su familia no es afectada de forma alguna durante la temporada turística; y por lo general, las personas que habitan este sector lo hacen dado que es su lugar de origen, donde nacieron ellos o sus ancestros, y les han legado este sitio de residencia.

Entre los factores más influyentes a nivel de la población local se encuentra el relacionado al tiempo que los residentes dedican a sus familias durante las temporadas altas de turismo (junio, julio y agosto), el cual consideran que no se ve afectado, según el 79% de los consultados. El 70% considera que el turismo tampoco altera la vida familiar habitual. Según el 69% las oportunidades de desarrollo tampoco son afectadas por el afluente turístico en la zona. Se logra constatar asimismo, según el Gráfico 1 que el 66% de los encuestados opina que su estilo de vida no sufre alteraciones derivadas del afluente turístico. Otro factor relevante es relativo a los resentimientos que podrían existir entre la comunidad local y los turistas, según 65% esto no se ha evidenciado. Por último, en el Gráfico 2 se destaca que el 62,5% de los habitantes del sector residen allí desde sus orígenes o el de sus antecesores.

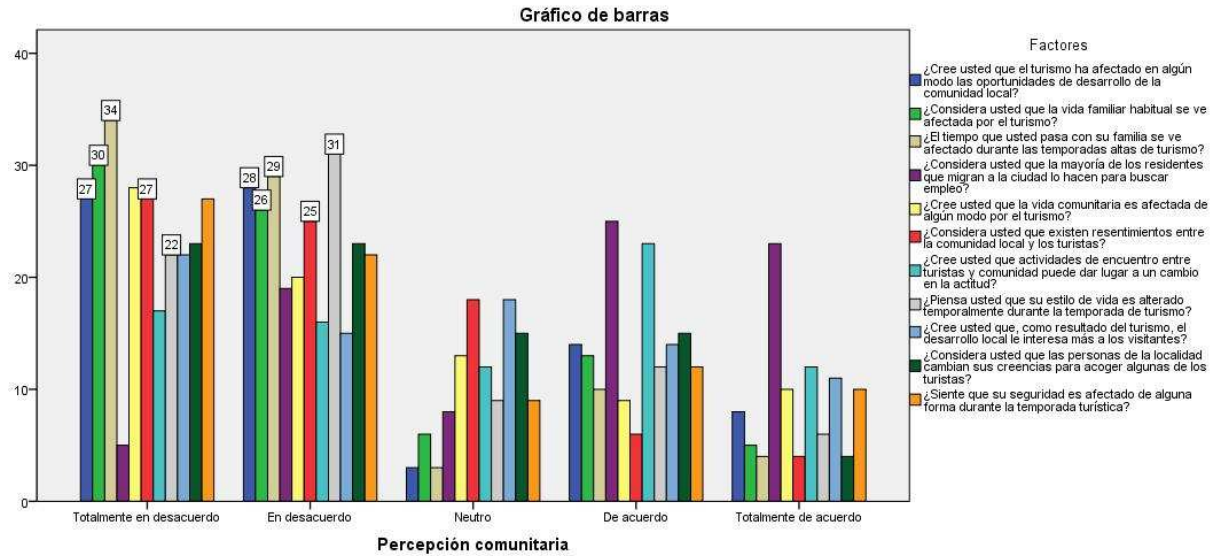


Gráfico 1.- Representación gráfica sobre la percepción comunitaria del turismo local

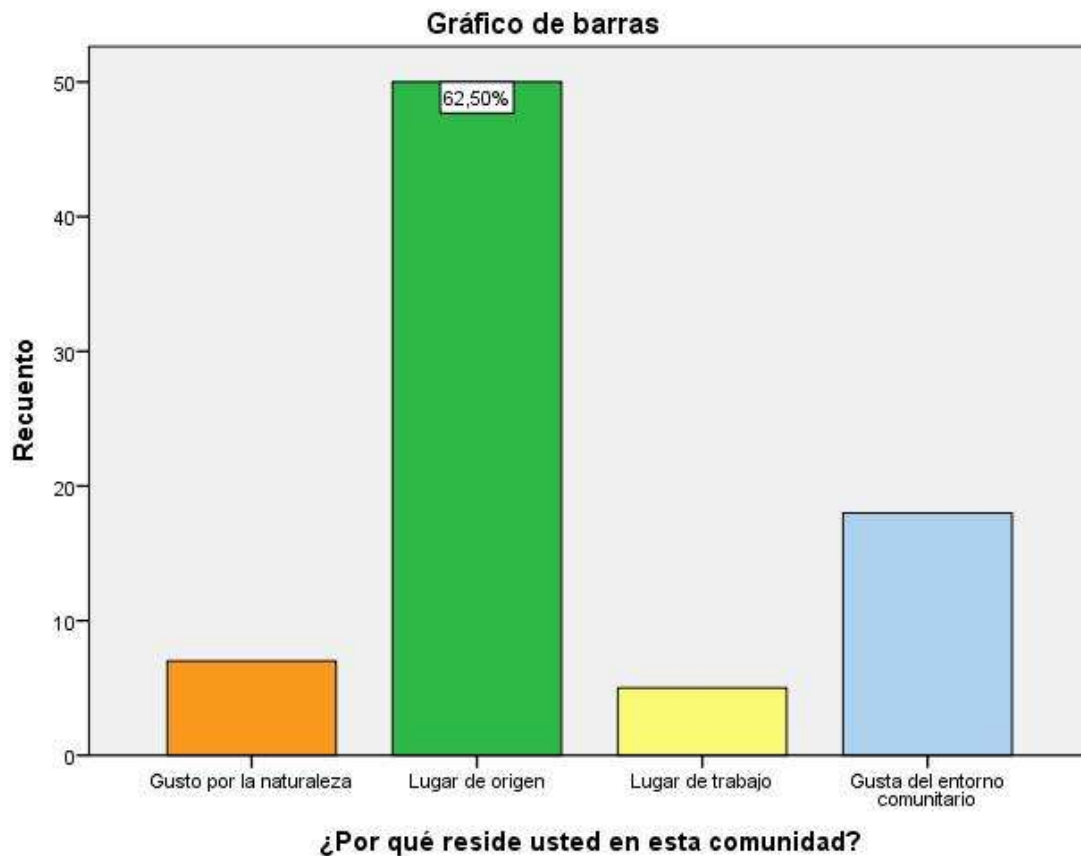


Gráfico 2.- Representación gráfica sobre la razón de residencia local

4. DISCUSIÓN

En esta investigación se ha examinado la percepción que tienen los habitantes de la parroquia Bellavista sobre el impacto sociocultural derivado del afluente turístico en la zona, en temporadas bajas y altas de actividades turísticas. Para esta redacción se analizaron documentos que tratan temas sobre el impacto sociocultural que conlleva el desarrollo turístico, la interacción e influencia entre las comunidades rurales y el propio desarrollo turístico. Para la recolección de información se usó un modelo de encuesta que contenga los factores que se querían visualizar en razón de llegar a determinar las influencias socioculturales del turismo percibidas por la comunidad local (Noblecilla G., Ortiz B., Ruiz C., Encalada L., & Ordoñez C., 2016).

Las conclusiones principales que nos deja este estudio reflejan que el turismo no ha alterado el tiempo que los residentes dedican a sus familias, su vida familiar habitual, ni su estilo de vida en la comunidad. Las oportunidades de desarrollo se mantienen esencialmente intactas dado el bajo impacto que el turismo tiene sobre el sector, esto se refleja en la no existencia de discrepancias, rivalidades o resentimientos entre los residentes y los visitantes. Además, la población en su mayor parte está compuesta por personas que habitan el sector desde sus propios orígenes, o han pasado su estancia de generación en generación.

Pese a que existen estudios que apuntan a un típico cambio en la actitud de las personas cuando se incrementa el afluente turístico (Li, Chen, Li, & Goh, 2016; Tucker, 2016), de la percepción que los residentes de un sector tienen sobre el desarrollo turístico (Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt, 2005) y del impacto sociocultural que este provoca en la comunidad visitada (Korstanje, 2012), es de destacar la buena actitud que mantienen los miembros de estas comunidades, las facilidades que prestan al turismo y al desarrollo local evocado de éste. Sin embargo, una propuesta de desarrollo sustentable sólida aún no se ha materializado, lo cual puede ser complementado desde un nuevo estudio sobre este aspecto, analizando otras variables de apoyo (Nunkoo & Gursoy, 2012; Stamenkovic, 2012; Torres-Delgado & Palomeque, 2014).

Investigaciones de este tipo serán un apoyo a las diferentes gestiones y proyectos que se están llevando en este sector, específicamente alrededor del sector ecológico protegido del Humedal La Tembladera (Ministerio del Ambiente, 2009), donde se incluyen estudios de tipo sociocultural, desarrollo económico, turístico, de comercio exterior, entre otros que buscan potenciar los recursos propios de la zona. La implementación de un proyecto sólido de turístico sustentable para esta zona impulsará la mejora de otros campos, en especial del área comercial, esencial para los habitantes de esta comunidad.

En la investigación realizada por Hildegardo Córdova (2003), desarrolla una percepción en el desarrollo sociocultural en las áreas montañosas de Arequipa donde se hacen avistamientos de aves, y turismo rural de gran relevancia, en este caso difiere del presente trabajo de investigación ya que el caso de estudio en bellavista es un humedal llamado la tembladera cuyo punto estratégica de acuerdo a los resultados obtenidos es que se puede hacer de todo desde turismo de aventura, cultural, gastronómico y agrícola, cuyos puntos de encuentro son altamente turísticos. Por otro lado, el trabajo realizado por Alan Garín (2014), determina la percepción del turismo rural en el desarrollo local de los comuneros, lo que hace que surta un efecto positivo entre los pobladores de Villarica-Chile, el mismo difiere del trabajo de investigación actual ya que el fondo de este proyecto es de analizar los atractivos turísticos que ofrece el humedal, siendo utilizada una mejor metodología que el de desarrollado por Garín, ya que se analizó estadísticamente el mismo para corroborar el objetivo propuesto inicialmente.

5. CONCLUSIONES

La percepción comunitaria del turismo depende, en gran medida, de la proximidad del turista a los residentes. De acuerdo con esta investigación, cada área verá el turismo de una manera diferente, debido a la magnitud de la relación o vínculos que los visitantes pueden tener con los residentes. Para los miembros comunales de San José y La Florida, sede administrativa de la parroquia de Bellavista, el flujo de turismo es realmente reducido, a veces imperceptible, y el poco tiempo de interacción turista-residente se lleva a cabo de manera armoniosa. De ahí la influencia mínima del turismo en esta zona rural del cantón Santa Rosa, que ya está implementando varias medidas de acción comunitaria que tributen al desarrollo local, a la vez que mejoren el turismo.

El potencial turístico destaca en un sitio donde es una necesidad imperiosa el crecimiento del mismo, y que se apoya en la buena voluntad de los residentes para recibir a los visitantes y mejorar la prestación de servicios (en algunos casos) o simplemente mostrando hospitalidad. Destaca la percepción comunitaria positiva del turismo para el caso en estudio. Esta investigación se complementaría en el futuro, cuando los proyectos de la comunidad local conviertan el sitio en un destino turístico suficientemente recurrido para merecer un nuevo estudio, más profundo que no sólo capte la percepción sobre el turismo, sino también sus impactos o efectos derivados desde otras perspectivas.

Los residentes, que son en su mayoría nativos, pueden ver sus alrededores afectados positivamente o negativamente. Esa situación se puede contemplar promoviendo el turismo rural con medidas paralelas de conservación ambiental, especialmente cuando estas áreas rodean el Humedal La Tembladera, un sitio protegido que es la principal atracción y fuente de turismo en estas comunidades rurales, un medio de impulso al desarrollo local.

6. REFERENCIAS

1. Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
2. Bramwell, B. (2015). Theoretical activity in sustainable tourism research. *Annals of Tourism Research*, 54, 204–218. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.07.005>
3. Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493–515. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00003-1](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00003-1)
4. Chen, F. H., Hsu, T. S., & Tzeng, G. H. (2011). A balanced scorecard approach to establish a performance evaluation and relationship model for hot spring hotels based on a hybrid MCDM model combining DEMATEL and ANP. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 908–932. <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.02.001>
5. Chou, T.-Y., Hsu, C.-L., & Chen, M.-C. (2008). A fuzzy multi-criteria decision model for international tourist hotels location selection. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 293–301. <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.07.029>
6. Cimbalević, M. (2015). Social media marketing in tourism and hospitality. *Annals of Tourism Research*, 54, 236–238. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.05.006>
7. Cornet, C. (2015). Tourism development and resistance in China. *Annals of Tourism Research*, 52, 29–43. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.002>
8. Dolnicar, S., Yanamandram, V., & Cliff, K. (2012). The contribution of vacations to quality of life. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 59–83. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2011.04.015>
9. Echtner, C. M., & Prasad, P. (2003). The context of third world tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 660–682. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00045-8](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00045-8)
10. Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3–28. <http://doi.org/10.1080/09669589708667273>
11. García-García, J. A., Reding-Bernal, A., & López-Alvarenga, J. C. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *Investigación En Educación Médica*, 2(8), 217–224.

- [http://doi.org/10.1016/S2007-5057\(13\)72715-7](http://doi.org/10.1016/S2007-5057(13)72715-7)
12. Griffiths, I., & Sharpley, R. (2012). Influences of nationalism on tourist-host relationships. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2051–2072. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.002>
 13. Jensen, M. T. (2016). Hypersensitive tourists: The dark sides of the sensuous. *Annals of Tourism Research*, 57, 239–242. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2016.01.002>
 14. Jonas, S. H., & Reza, B. (2008). Hospitality studies and hospitality management: A symbiotic relationship. *International Journal of Hospitality Management*, 101, 8357–8361.
 15. Jusoh, Z., Shafiee, N. H., & Jamaluddin, A. (2012). Factors Influencing Tourist Food Consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 1–27.
 16. Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216–237. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00062-2](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00062-2)
 17. Kindström, D., & Kowalkowski, C. (2009). Development of industrial service offerings: a process framework. *Journal of Service Management*, 20(2), 156–172. <http://doi.org/10.1108/09564230910952753>
 18. Korstanje, M. E. (2012). Turismo y Cambio Sociocultural: Una Perspectiva Conceptual. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1264–1266. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2012.01.009>
 19. Korstanje, M. E. (2016). Sun & sea tourism: Fantasy and finance of the all-inclusive industry. *Annals of Tourism Research*. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.012>
 20. Li, H., Chen, J. L., Li, G., & Goh, C. (2016). Tourism and regional income inequality: Evidence from China. *Annals of Tourism Research*, 58, 81–99. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.001>
 21. McKercher, B., Wang, D., & Park, E. (2015). Social impacts as a function of place change. *Annals of Tourism Research*, 50, 52–66. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.002>
 22. Moyle, B., Croy, W. G., & Weiler, B. (2010). Community Perceptions of Tourism: Bruny and Magnetic Islands, Australia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(3), 353–366. <http://doi.org/10.1080/10941665.2010.503625>
 23. Noblecilla G., M., Ortiz B., L., Ruiz C., J., Encalada L., I., & Ordoñez C., O. (2016). Análisis del potencial turístico de las comunidades rurales . Caso de estudio : Comunidad Muyuyacu , El Oro-Ecuador. RIAT, 12, 48–59. Retrieved from <http://riat.atalca.cl/index.php/test/article/view/322>
 24. Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243–268. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.006>
 25. Otting, H., & Zwaal, W. (2011). Degree of motivation of international hospitality students in their work place. *Journal of Hospitality Leisure Sport & Tourism Education*, 10(1), 4–12. <http://doi.org/10.3794/johlste.101.240>
 26. Phillips, P., & Moutinho, L. (2014). Critical review of strategic planning research in hospitality and tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, 96–120. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.013>
 27. Routledge, P. (2006). Sustainable Wine Tourism : The Host Community Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(5), 425–448. <http://doi.org/10.2167/jost587.0>
 28. Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., & McLennan, C. J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: a 25-year bibliometric analysis Trends and Patterns in Sustainable Tourism Research: A 25- Year Bibliometric Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517–535. <http://doi.org/10.1080/09669582.2014.978790>
 29. Russell, R. V. (2003). Tourists and refugees. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 833–846. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00062-8](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00062-8)
 30. Sancho, A., Garcia, G., & Roza, E. (2007). Comparativa de Indicadores de Sostenibilidad para Destinos Desarrollados, en Desarrollo y con Poblacion Vulnerable. *Annals of Tourism Research*, 9, 15–77.
 31. Scherrer, P. (2014). Book review. *Annals of Tourism Research*, 44, 294–296. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.006>
 32. Song, Haiyan, Larry Dwyer, G. L., & ZhengCao. (2012). Tourism Economics Research: a Review and Assessment. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1653–1682. Retrieved from http://ac.els-cdn.com/S0160738312000795/1-s2.0-S0160738312000795-main.pdf?_tid=67a563e4-c8d4-11e3-bee1-00000aabb0f02&acdnat=1398030214_b57a4f3d9703ed2daf5a30d5da93eb92
 33. Stamenkovic, P. D. (2012). Tourism: Characteristics and Development Perspectives. *Annals of*

- Tourism Research*, 39(3), 1748–1749. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.016>
34. Torres-Delgado, A., & Palomeque, F. L. (2014). Measuring sustainable tourism at the municipal level. *Annals of Tourism Research*, 49, 122–137. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2014.09.003>
 35. Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231–253. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00039-1](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00039-1)
 36. Tucker, H. (2016). Empathy and tourism: Limits and possibilities. *Annals of Tourism Research*, 57, 31–43. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.001>
 37. Wang, C.-H., Chen, K.-Y., & Chen, S.-C. (2012). Total quality management, market orientation and hotel performance: The moderating effects of external environmental factors. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 119–129. <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.03.013>
 38. Witell, L., & Löfgren, M. (2013). From service for free to service for fee: business model innovation in manufacturing firms. *Journal of Service Management*, 24(5), 520–533. <http://doi.org/10.1108/JOSM-04-2013-0103>
 39. Zhang, C. X., L'Espoir Decosta, P., & McKercher, B. (2015). Politics and tourism promotion: Hong Kong's myth making. *Annals of Tourism Research*, 54, 156–171. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.07.003>
 40. Instituto Nacional de Estadística y Censo. (Noviembre de 2010). *INEC*. Obtenido de www.inec.gob.ec: http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es
 41. Ministerio de Turismo. (Agosto de 2009). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014*. Obtenido de www.turismo.gob.ec: http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf
 42. Ministerio del Ambiente. (Noviembre de 2009). *Plan de manejo participativo del Humedal La Tembladera, El Oro - Santa Rosa*. Obtenido de simce.ambiente.gob.ec: <http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/belen/Plan%20de%20Manejo%20La%20Tembladera.pdf>

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional
Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

COMPETITIVIDAD DEL SECTOR HOTELERO DE LA PROVINCIA DEL ORO

MSc. Terán, Daniel.¹

Docente de la Universidad Metropolitana²

MSc. Palomeque, Jean Michel.

Docente de la Universidad Metropolitana

Resumen

El presente trabajo realiza un análisis de la competitividad del sector hotelero y turístico de la provincia del Oro en Ecuador, para lo cual se realizó una revisión bibliográfica de la evolución de este sector adicionalmente se delimito la competitividad y utilizo una metodología basada en información provista en las principales agencias de viajes en línea. Las principales conclusiones de este trabajo son que los elementos de medición de desempeño han evolucionado y no es suficiente con un estudio de posicionamiento tradicional o sin la consideración de las nuevas herramientas disponibles y de alta frecuencia de uso en la actualidad. Los cambios en este mercado han impulsado a desarrollar nuevas metodologías aun no aplicadas en Ecuador por lo cual existe un vacío en la literatura en lo referente a la valoración o reputación web de estas empresas.

Palabras clave: Turismo, competitividad, desarrollo económico, beneficios, hotelería.

Abstract

The present work analyzes the competitiveness of the hotel and tourism sector in the province of Oro in Ecuador, for which a bibliographical review of the evolution of this sector was also made, and the methodology was based on information provided by the leading travel agencies online. The main conclusions of this work are that the elements of performance measurement have evolved and is not enough with a traditional positioning study or without considering the new tools available and high frequency of use today. The changes in this market have led to the development of new methodologies not yet applied in Ecuador, which is why there is a gap in the literature regarding the valuation or web reputation of these companies.

Key words: Tourism, competitiveness, economic development, benefits, hotels.

Introducción

Waitley (1995) afirma que “Todas las personas de éxito que conozco son aprendices de por vida, buscando nuevas habilidades, ideas e inventos. Si ellos no están aprendiendo, no están creciendo, no se están moviendo hacia la excelencia.” (p.17). los procesos dentro de la gestión empresarial han entrado en un entorno dinámico y volátil de innovación, con lo cual se introducen en el tema de la competitividad, destacando su importancia, para la generación de beneficios en la empresa, en el cual para su obtención son considerados ciertos aspectos tales como el

¹ Economista de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (MSc) Administración y Economía de la empresa Salamanca-España. Docente UMET, Sede Machala. Mail: danielterancoto@gmail.com

² Licenciado en Gestión y Desarrollo Turístico, Magíster en Planificación turística de la Universidad del Azuay, Docente de Universidad Metropolitana, sede Machala. Mail: jeanpalomeque@hotmail.com

liderazgo, la estrategia y el entorno competitivo fundamentales como influencia en el desarrollo de la organización. En el contexto del mercado global actual, las empresas que no sean competitivas no podrán participar exitosamente en el comercio internacional. Existe evidencia que la gestión de excelencia tiene impacto en el desempeño de las empresas, en particular en sus resultados financieros (Hendricks & Singhal, 2001).

Es importante conocer y definir el término competitividad dentro de la gestión empresarial el mismo que requiere para la generación de beneficios en un contexto dinámico y volátil la consideración de factores como el liderazgo, gestión de los recursos, estrategias, y análisis del entorno competitivo, para promover una influencia en ciertos sectores específicos, permitiendo generar un desarrollo económico al país (Uzcategui y Solano, 2015). La determinación de los factores que inciden en el desarrollo del sector hotelero en la provincia de El Oro, inician desde el desconocimiento del término competitividad, “la cual es un aspecto que adquiere cada vez mayor relevancia en el campo de las empresas, lo cual se deriva de las exigencias del entorno económico actual enmarcado en el proceso de globalización” (Hitt, M.A., Hoskisson, R.D., & Sacristán, R. E. M. 2008, p.43).

El desarrollo del sector turístico ha sufrido una gran expansión tanto en infraestructura, tecnología, movimiento de viajeros, generación de ingresos, y como generador de fuentes de empleo, situándose como un sector dinámico a nivel mundial y que mantiene gran peso en la economía de los países de la región. Es importante la preocupación y el interés que mantienen las entidades gubernamentales, financieras y privadas, en fomentar el desarrollo turístico, sostenible y económico para promover un crecimiento en las economías de los estados participantes. De ello parte la preocupación de distintas entidades en involucrarse en la temática, y diversas son las investigaciones en promover y fomentar un desarrollo es por ello que, Carmen Altes en una publicación realizada en el año 2006, por medio de serie de informes técnicos, del departamento de desarrollo sostenible, con el tema El turismo en América Latina y el Caribe, y la experiencia del BIB, manifiesta que durante 30 años el Banco Internacional de Desarrollo (BID), ha mantenido diversas inversiones públicas en promover el turismo en los países de la región, y así mismo ha aumentado la demanda de apoyo en este ámbito, que refleja múltiples interés de gobiernos, en aprovechar las oportunidades que ofrece este sector de desarrollo, con ello se evidencia el interés de profundizarse en el conocimiento del turismo y se reconoce la importancia de apoyar a los países involucrados y generar un desarrollo sostenible de este sector económico (Altes, 2006).

Es importante reconocer así como lo destaca el MINTUR que el sector turístico hotelero está situado en tercera posición detrás del banano y camarón dentro de la economía del país, en la cual se evidencia una evolución del sector e incremento de la tasa de ocupación de establecimiento y alojamiento (MINTUR, 2016). Los datos afirman que el desarrollo que mantiene es evidente, para lo cual se deben mantener estrategias por parte de los empresarios hoteleros

en mejorar e innovar sus servicios, para alcanzar una óptima competitividad que genere un desarrollo sostenible dentro de un mercado altamente globalizado.

Al impulsar la competitividad en el sector turístico hotelero, se pretende alcanzar un mercado muy esquivo para los ecuatorianos como lo es el internacional de la cual se atribuye tres causas principales, el escaso compromiso político, para el desarrollo de proyectos turísticos, la reducida capacidad técnica y logística de los empresarios hoteleros, el desinterés generalizado por parte de los ecuatorianos, en conocer y visitar lugares turísticos del país. De ello parte la importancia de, desarrollar la presente investigación que toma como objetivo promover la competitividad del sector hotelero de la provincia de El Oro, para lo cual se analiza la implementación de distintas alternativas que generen atracción al turista, prevaleciendo la comodidad, agilidad, la innovación, el uso de la tecnología siendo puntual plataformas digitales que feliciten la toma de decisión del turista.

Partiendo de esta realidad y con el objetivo de promover el desarrollo de este sector económico del país, se realiza un análisis integral de la situación actual del mercado en referencia al extranjero y las principales preferencias de los potenciales turistas, para promover alternativas que generen atracción y a su vez impulsen la competitividad del sector en la economía local. La reputación en la red se ha convertido en un elemento de juicio cotidiano para la toma de decisiones y selección de los establecimientos turísticos y locaciones para pernoctar a nivel mundial. Varios estudios se han realizado a nivel internacional considerando elementos como el posicionamiento, los comentarios y prácticas ambientales para mayor información consultar (Ert y Fleischer, 2016; Manaktola y Jauhari, 2007).

Métodos

El presente estudio utiliza como principal insumo los datos secundarios provistos por las plataformas de servicios web Booking y TripAdvisor las cuales son de acceso público; y que proveen información sobre los establecimientos de una región geográfica según los criterios deseados por los usuarios. Booking desde hace muchos años es ya considerada la agencia de viajes en línea más influyente en internet ocupando la posición N° 111 según el ranking Alexa dedicado a medir el tráfico web a nivel mundial (Alexa, 2017), debido a la complejidad y dinamismo de este mercado muchas otras empresas han incursionado en busca de los réditos que el sector turístico proporciona.

TripAdvisor por otra parte que inicialmente fue concebida como una red de opiniones de consumidores con foros ha implementado desde el año 2014 la opción de reserva lo cual cambio la dinámica del mercado y lo convierte en una agencia de viajes en línea cuyo propósito trasciende a la prestación de información e incluye dentro de su oferta servicios adicionales. La región de estudio fue la provincia del Oro e incluyó a hoteles de Machala, El Guabo, Santa Rosa, Huaquillas, Arenillas, Piñas y Zaruma.

El modelo que se utilizó se basa en el índice agregado de reputación de clientes (IARC) propuesto por Choupinha et al. (2015), que muestra el posicionamiento de un hotel en diferentes plataformas en línea y es calculado a partir de las puntuaciones por los usuarios. Para el procesamiento de la información obtenida de estos sitios web se realizó el cruce de información y solo se consideraron los establecimientos puntuados en los dos sitios. Por definición el índice agregado requiere la estandarización de los datos para lo cual se unifico las valoración sobre diez siendo necesario transformar los datos provistos por TripAdvisor. Finalmente la ponderación con las cuales se realizó la adición dependió del número de comentarios obtenida en cada agencia de viajes en línea.

Tabla 1.
Cálculo de Índice Agregado de Reputación de Clientes

Agencia de Viajes en Línea	Nº De Comentarios	% Total Nº De Comentarios	Puntaje	Puntaje Estandarizado	IARC
Booking	148	57,14%	8,2	8,2	8,11
TripAdvisor	111	42,86%	4	8	

Elaboración: Los Autores

Los principales beneficios del uso de esta metodología son que se considera la información contenida en varias dimensiones de puntuación para la percepción del cliente de la calidad de los servicios recibidos, se toma en cuenta el peso del número de comentarios obtenidos en cada agencia de viajes y según eso su puntuación final en el índice, también da un referente medio de las impresiones que se llevarán cada turista potencial debido a que el uso más habitual de estos intermediarios es para extraer información como la resumida por el indicador. Como resultado de la evolución del turismo estos sitios han cambiado ciertos aspectos como las categorías e incluso sus formas de valoración han sido modificadas en el transcurso del tiempo.

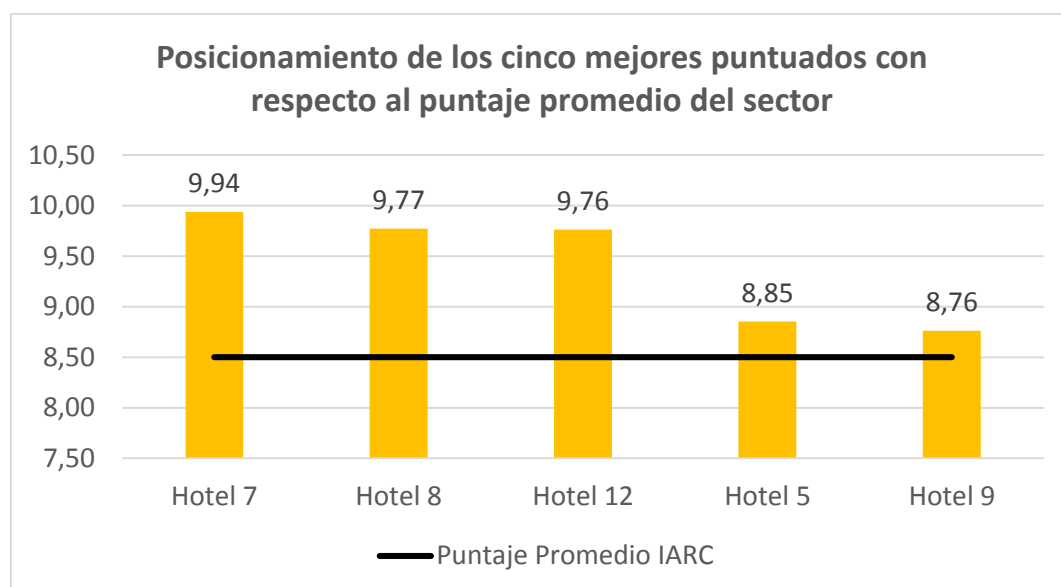


Figura 1.
Resultado de los hoteles mejores puntuados en el Índice Agregado de Reputación de Clientes

Entre los principales resultados obtenemos que el nivel medio de competitividad del mercado es muy próximo en las empresas hoteleras más grandes, la reputación en la web podría generar ventajas competitivas a empresas pequeñas y darles visibilidad a menores costes. Finalmente se espera que la creación de nuevas formas de recibir retroalimentación mejore la competitividad a nivel general del sector si genere estrategias que afronten estas nuevas realidades.

Conclusiones

Los elementos de medición de desempeño han evolucionado y no es suficiente con un estudio de posicionamiento tradicional o sin la consideración de las nuevas herramientas disponibles y de alta frecuencia de uso en la actualidad. Los cambios en este mercado han impulsado a desarrollar nuevas metodologías aun no aplicadas en Ecuador por lo cual existe un vacío en la literatura en lo referente a la valoración o reputación web de estas empresas.

Bibliografía:

Alexa. (2017). Website Traffic, Statistics, and Analytics.

Altés, C. (2006). *El turismo en América Latina y el Caribe y la experiencia del BID*. Inter-American Development Bank.

Choupinha, R., Correia, M. B., Ramos, C. M., Martins, D., & Serra, F. (2015). Guest Reputation Indexes to Analyze the Hotel's Online Reputation Using Data Extracted from OTAs. *Recent Researches in Applied Informatics*, 50-59.

Ert, E., & Fleischer, A. (2016). Mere position effect in booking hotels online. *Journal of Travel Research*, 55(3), 311-321.

HENDRICKS K.B., & SINGHAL V.R. (2001). The impact of TQM on financial performance: Evidence from Quality Award Winners. *Stakeholder value – The path to sustainable growth*. Lucerne: EFQM.

Hitt, M. A., Hoskisson, R. D., & Sacristán, R. E. M. (2008). *Administración estratégica: competitividad y globalización conceptos y casos* (No. 658.4012 H5A3 2008).

Manaktola, K., & Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behaviour towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364-377.

Uzcátegui, C., & Solano, J. (2015). Influencia del liderazgo, estrategia y entorno en la competitividad empresarial de la pyme ecuatoriana. *Munich Personal RePEc Archive*. 1(6943), 1-12.

Waitley, D. (1995). *Empires of the Mind*. Nightingale-Conant Corporation.

REVISIÓN DE LAS PUBLICACIONES SOBRE CULTURA WEB 2.0 APLICADA AL SECTOR DE LA PYME HOTELERA DEL ECUADOR

Solano, Javier¹
 Mature, Gianella²
 Gonzaga, Sandy³

¹ Docente Titular Auxiliar II, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en
 Economía y Dirección de Empresas, ESPOL; e-mail: jsolano@umet.edu.ec

² Estudiante UMET, Universidad Metropolitana, Sede Machala; e-mail:
kmatute@umet.edu.ec

³ Docente Titular Auxiliar I, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magister en Gestión
 Empresarial, UTPL; e-mail: sgonzaga@umet.edu.ec

Resumen

La presente ponencia muestra un análisis bibliográfico de la cultura web 2.0 en el sector hotelero de Ecuador, donde se realizó una filtración de fuentes académicas a través del programa Publish or Perish, en el buscador Google Académico, con las palabras clave: Ecuador, turismo, hoteles, pyme, y Web 2.0. Como resultado se observa que no hay estudios específicos sobre cultura web 2.0 y hoteles, además en su mayoría, un 73%, se concentran en las temáticas “aplicación y herramientas” y “evolución 2.0”, por lo cual existe una brecha investigativa para estudios sectoriales, que relacionen los conceptos de cultura Web 2.0 y sector hotelero.

Palabras clave: Turismo, Web 2.0, pyme, hoteles, Ecuador

Abstract

This paper displays an analysis on the influence of the web 2.0 culture in the tourism and hospitality sector of Ecuador, to increase the economy of the country helped of its tourist riches and biodiverse areas it is necessary to innovate the way to make known with the help of web 2.0 mentioned earlier since it's tool of easy access and greater collaboration and expansion with the world.

Keywords: Tourism, Web 2.0, SME, hotels, Ecuador

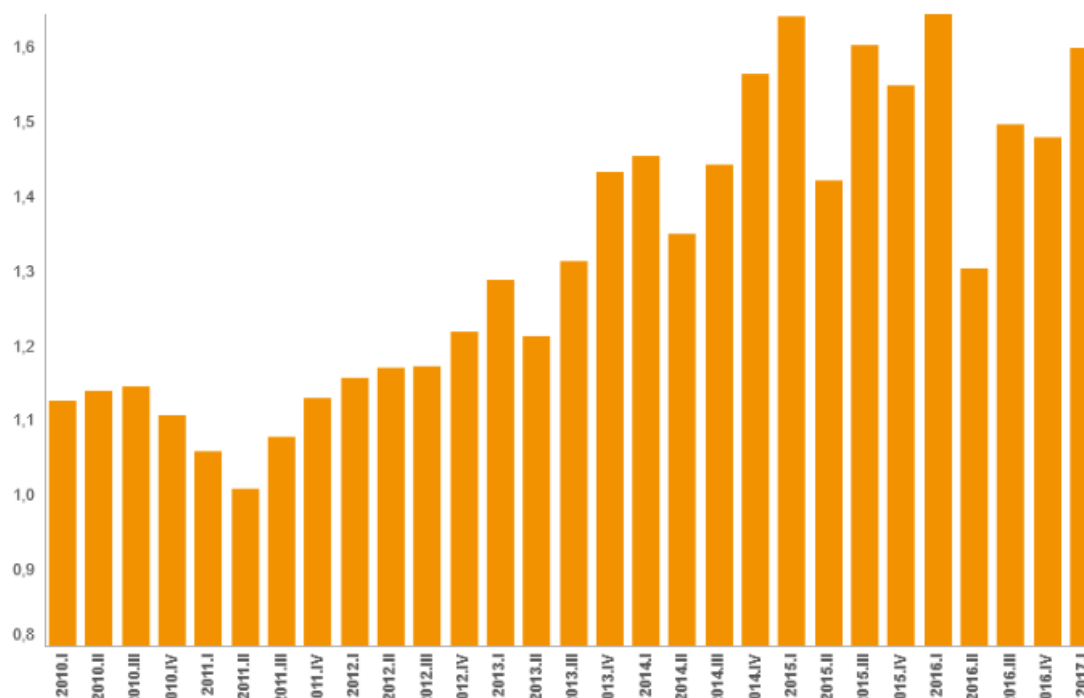
Introducción

Importancia del sector turístico y hotelero en el Ecuador

Según la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (2012) el turismo es un sector y actividad importante para el Ecuador y para el mundo en general, ya que influye en el estilo de vida tanto del turista como de la persona que ofrece el servicio, mejora la calidad de vida debido a un mejor manejo a los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente. El turismo es un sector que promueve la reactivación económica, la generación de nuevas plazas de empleo, la atracción de inversión local y extranjera, la mejora de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero más importante es la entrada de divisas para Ecuador (Perero, 2017). El

peso del consumo turístico receptor en el PIB, ha tenido un incremento sostenido desde el primer trimestre de 2010, que ha pasado de significar un 1,1% al 1,6% del PIB en primer semestre de 2017, tal como se observa en la Figura 1.

Figura 1.- Peso del consumo turístico receptor en el PIB



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, recuperado en:

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/18-analisis-economico/indicadores-omt-cepal/96>

De acuerdo a Quisiguiña y Teran (2016), el sector hotelero ecuatoriano se había caracterizado hace algunos años por un crecimiento sostenido basado en las campañas promovidas desde el gobierno central enfocados principalmente en la diversidad cultural y de ecosistemas que presenta el Ecuador. Se destaca que la ciudad de Quito ha sido uno de los destinos turísticos más galardonados en los últimos años. Sin embargo, diferentes factores han promovido para que la ocupación promedio del sector se vea disminuido, entre los cuales se puede mencionar: a) el aumento de la oferta Hotelera en la ciudad; b) la reducción de la llegada de turistas no residentes a la ciudad de Quito desde el segundo semestre del 2015; c) la apreciación del dólar; y d) la percepción de inestabilidad social y política (Medina, 2016).

Quisiguiña y Teran (2016), establecen que el 85% de los hoteles en Ecuador son pymes y microempresas que no disponen de un alto desarrollo tecnológico y menos pueden acceder a los requerimientos de la hotelería mundial. En el país, al 2016, se encuentran establecidos aproximadamente 4.500 establecimientos de alojamiento turístico, y de acuerdo al Reglamento general de actividades turísticas (Noboa, 2002), existe la siguiente clasificación de hoteles, según la Tabla 1.

Tabla 1.- Clasificación de los hoteles

Denominación del hotel	Número de estrellas	Característica
Hotel	5 y 4	Contar con un Asistente de Gerencia, variedad de desayunos, cajas fuertes, maquinarias de servicio, personal bilingüe, personal especial para cada servicio que preste el hotel, comida internacional y nacional y prestar servicios de salud con un profesional médico y auxiliar.
	3	Prestar servicios de recepción, consejería, mantenimiento, de comedor, telefónico, lavandería y planchado, botiquín de primeros auxilios.
	2	Prestar servicios de recepción, mantenimiento, comedor, telefónico, lavandería y planchado y botiquín de primeros auxilios.
	1	Prestar servicios de recepción, mantenimiento, comedor, teléfono público y botiquín de primeros auxilios.
Hoteles residencia	De 4 a 1	Prestar al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer servicios de comedor y tendrá un mínimo de treinta habitaciones.
Hotel apartamento	De 4 a 1	Preste al público en general alojamiento en apartamentos con todos los servicios de un hotel, exceptuando los de comedor. Dispondrá de un mínimo de treinta apartamentos y de muebles, enseres, útiles de cocina, vajilla, cristalería, mantelería, lencería, etc. para ser utilizados por los clientes sin costo adicional alguno. Podrá disponer además de cafetería.

¿Qué es la cultura web 2.0?

Se define a la Web 2.0 como un nombre cómodo para describir un fenómeno, se trata de un cambio que va desde la época en que Internet era un accesorio de los ordenadores personales, hasta el momento en que Internet es una auténtica plataforma por sí misma (Camacho, Ríos y Martín, 2011). Al establecer que la internet es una plataforma, las reglas de los negocios cambian, en donde la regla principal señala que “Los usuarios son valiosos” y que se debe lograr crear mejores base de datos, más amigables, para que cada vez más usuarios las utilicen; este es un objetivo que debe aspirar una compañía de la Web 2.0 (Guardiola, 2015). Mientras que (Cancino, 2012) la define como el estudio de los aspectos sociales, culturales, éticos y estéticos de la Tecnología de la Información y la Comunicación, con el enfoque centrado en la interacción entre cultura y tecnología. Entre las ventajas que se desprenden del uso de la web 2.0, Ruiz (2014), enumera las siguientes:

- Software legal
- Disponibles desde cualquier lugar
- Multiplataforma
- Siempre actualizado
- Menor requerimiento de hardware
- Es un buen método para la realización de trabajos de creación, investigación y desarrollo
- Aumenta las capacidades sociales y de colaboración humana.
- Fomenta el aprendizaje constructivista.
- Es una forma de romper los muros del aula. Lo que se hace en clase se continúa trabajando desde casa o desde otros espacios.

- Los “nativos digitales” ya han alcanzado la competencia digital.

El mismo autor, también señala las siguientes desventajas:

- Desconfianza que se genera ante la falta de comunicación entre el profesor y los alumnos, sobre todo en el proceso de evaluación del aprendizaje del alumno.
- Eliminación de la interacción social física. Requiere equipos y recursos técnicos.
- Más comodidad menos intimidad.
- Los archivos quedan guardados en el servidor de la institución o empresa que ofrecen herramientas informáticas quedando vulnerables a los usuarios.

Continuando con lo anterior, Camacho (2011) indica que dentro de todo el maremágnum de información que ofrece hoy día internet; se pueden destacar aquellas aplicaciones y herramientas, que son las más utilizadas por la mayoría de los internautas y en concreto las más utilizadas en el ámbito del turismo. Así pues y en base a esta división podemos distinguir diferentes herramientas para cada caso, y estas serán:

- Redes sociales: Facebook, Twitter, Linked in
- Aplicaciones para publicar/difundir y buscar información: YouTube, Flickr, SlideShare
- Aplicaciones para expresarse/crear y publicar/difundir: blog, wiki
- Aplicaciones para buscar/acceder a información de la que nos interesa estar siempre bien actualizados: RSS, GoogleReader
- Otras aplicaciones on-line: Geolocalización, ofimática on-line

Métodos y materiales

El presente trabajo es un análisis bibliográfico, en el cual se utilizó las siguientes palabras claves: Ecuador; hoteles; web 2.0; pyme, turismo. La búsqueda se realizó para el periodo 2010-2017 con la herramienta Publish or Perish (POP) (Harzing, 2014), para efectuar las búsquedas en el Google Académico, buscador que en los últimos años se ha posicionado y emergido como herramienta útil para el análisis bibliográfico (Masabanda-Pilataxi, 2014).

Resultados

La búsqueda con POP arrojó 44 artículos en el periodo de estudio, con una cantidad de 28 citas para las fuentes bibliográficas, mostrando un índice h de 3, y el promedio de artículos por autor fue de 1.7. Basados en los lineamientos de Camacho (2011) para la revisión y análisis bibliográfico en temática web 2.0 y hoteles, para el caso de la pyme hotelera en el Ecuador, se descartó 4 documentos debido a que correspondían a estudios efectuados en otros contextos ajenos al ecuatoriano, el resultado observado fue el que se muestra en la Tabla 1.

Tabla 2. Clasificación por temática de artículos

Autores	Evolución 2.0	Aplicaciones y herramientas	Sistemas y Estrategias	Comportamiento del consumidor
Albornoz Borja, R. (2011)		X		
Alomoto Almachi, J. y Villacrés Núñez, J. (2013)		X		
Alvarado Chávez, C.; Ángel, C. y Ponce, C. (2016)				X
Arellano Rosero, A. (2013)		X		
Barreno Cepeda, J. (2015)		X		

Bedoya Tavera, V. y Echeverry Ossa, R. (2014)		X		
Benítez Chiriboga, G. (2015)		X		
Builes-Valencia, D. y Herrera-Espinosa, D. (2014)			X	
Calderón, B. (2013)	X			
CEPAL (2010)	X			
Cevallos Cevallos, S. y Moreno Benavides, P. (2013)		X		
Cobo Sevilla, L. (2014)		X		
Costa, W. (2016)		X		
Costa, W. (2016)				X
De La Fuente Harriague, V. y Miranda Antoria, M. (2011)				X
Figuerola Sánchez, I. y Zambrano Ordoñez, A. (2012)	X			
Flores Ochoa, P. (2012)		X		
Fuertes Ortega, VM (2015)	X			
Galvis Mutis, L. (2013)		X		
García, F. y Castillo, F. (2015)				X
González, C. y Lema, V. (2012)		X		
Herrera Tamariz, H. (2010)	X			
Huilocamaigua, C. y Augusto, C. (2015)		X		
Lascano Gómez, M. (2012)		X		
Lozoya, M.; Aguilar, P.; Quintero, M.; y Montoya, J. (2013)			X	
Luz Clara, B.; Di Iorio, A.; Urirarte, V. y Giaccaglia, M. (2013)	X			
Marín, J. y García Zaballós, A. (2014)	X			
Martínez, F. (2010)		X		
Meyer, S. (2011)				X
Moncada Sánchez, S. (2016)			X	
Moreno, M. y Sarai, G. (2017)			X	
Nathaly, G. y Chiriboga, B. (2015)		X		
Ojeda, Y. y Alejandra, M. (2013)		X		
Ortíz, L. y Quizhpi, M. (2011)		X		
Paltan García, A. y Verdezoto Domínguez, S. (2017)		X		
Posso Pacheco, E. (2016)		X		
Ramos Orellana, K. y Navarro Gaibor, M. (2011)		X		
Salvador, A. y David, E. (2016)			X	
Trujillo Ortiz, W. (2014)				X
Velarde Quispe, L. (2016)	X			
Total en %	20%	53%	13%	15%

Fuente: Elaborado en base a Camacho (2011). *Cultura web 2.0 aplicada en el sector hotelero de Sevilla, para hoteles independientes*. Recuperado en: https://static.hosteltur.com/web/uploads/2011/12/TFM_JAVIER_CAMACHO_MASTER_US_TURISMO_2010_2011.pdf

Se puede destacar que la mayoría de los autores han realizado sus estudios sobre la temática aplicaciones y herramientas, con un 53% de prevalencia; la segunda temática en importancia es evolución 2.0 que incluye un 20% del total de trabajos, en total entre la primera y segunda temática, se engloba un 73%, por lo cual al igual que en Camacho, el estudio de la temática Web 2.0 se ha enfocado en los aspectos más generales, mientras que sobre los aspectos más relacionados con la cultura Web 2.0 y hoteles, no se encontraron trabajos sobre el tema.

Del total de fuentes bibliográficas (40), el 58% eran trabajos de titulación de pregrado y posgrado (95%), y la proporción de trabajos relacionados sobre la línea temática aplicaciones y herramientas bordea el 65% del total, con la presencia de 20 universidades diferentes, según se observa en la Tabla 3.

Tabla 3. Relación de recursos bibliográficos con Universidades del Ecuador

Temática de la fuente	Universidad	Tipo de fuente
Aplicaciones y Herramientas	Escuela Politécnica Nacional	Tesis
	Pontificia Universidad Católica del Ecuador	Tesis
	Universidad Andina Simón Bolívar	Tesis
	Universidad Central del Ecuador	Tesis
	Universidad de las Américas	Tesis
	Universidad de los Andes	Tesis
	Universidad del Azuay	Tesis
	Universidad Estatal de Milagro	Tesis
	Universidad Internacional del Ecuador	Tesis
	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	Libro
	Universidad Nacional de Loja	Tesis
	Universidad Politécnica Salesiana	Tesis
	Universidad Politécnica Salesiana ^a	Tesis
	Universidad Regional Autónoma de Los Andes	Tesis
	Universidad San Francisco de Quito	Tesis
Comportamiento del consumidor	Pontificia Universidad Católica del Ecuador	Tesis
Evolución 2.0	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales	Tesis
	Universidad de las Américas	Tesis
	Universidad Israel	Tesis
	Universidad Laica Vicente Rocafuerte	Tesis
Sistemas y estrategias	Universidad de Guayaquil	Tesis
	Universidad de las Fuerzas Armadas	Tesis
	Universidad Técnica de Machala	Tesis

Fuente: Elaboración propia del autor

Nota: a. Es el único caso donde se repite la universidad según la línea temática.

Aparte el impacto de las fuentes bibliográficas están definidas por el nivel de citación que la fuente pueda alcanzar, en ese sentido el 20% de los 40 documentos analizados dispone de al menos una cita, destacando Martínez (2010) con un total de 13 citas que representa el 46% del total de citas observadas, según se detalla en la Tabla 4.

Tabla 4. Citación y temáticas

Autor	Temática	Citas	%
Alomoto Almachi, J. y Villacrés Núñez, J. (2013)	Aplicaciones y herramientas	1	
Flores Ochoa, P. (2012)	Aplicaciones y herramientas	3	
Martínez, F. (2010)	Aplicaciones y herramientas	13	
Total de citas		17	61%
CEPAL (2010)	Evolución 2.0	8	
Herrera Tamariz, H. (2010)	Evolución 2.0	1	
Marín, J. y García Zaballos, A. (2014)	Evolución 2.0	1	
Total de citas		10	36%
Meyer, S. (2011)	Comportamiento del consumidor	1	
Total de citas		1	4%
Total de citas global		28	

Fuente: Elaboración propia del autor

Además se puede resaltar que el 61% del total de citas provienen de la temática Aplicaciones y herramientas; otro aspecto llamativo es la actualidad de la fuente, donde la más actualizada es del 2014, mientras que de Martínez, el más citado, es de 2010. Si se considera que el segundo documento más citado es el de CEPAL (2010), en total entre el primer y segundo con mayores citas, engloban un 75% del total de citas y ambos coinciden además en la fecha de elaboración del documento.

Conclusión

Mediante la elaboración de esta investigación se ha logrado identificar las características de las fuentes bibliográficas que incluyen las palabras Ecuador; hoteles; web 2.0; pyme, y turismo. Como primera conclusión se puede resaltar la prevalencia de las investigaciones sobre aplicaciones y herramientas, además que la mayoría de estudios son tesis. Lo anterior es relevante en el sentido de la potencialidad de desarrollar investigaciones a futuro que se enfoquen en la cultura WEB 2.0 y el sector hotelero. Sobre el nivel de citación, se puede resaltar que la temática, aplicación y herramientas y evolución 2.0, engloba un 96% del total de citas observadas, otro indicio más que nos indica que los estudios se concentran en aspectos aún generales y revelan el potencial de estudios sectoriales, en este caso para el sector hoteles.

Agradecimiento

El presente trabajo de investigación forma parte de los resultados del proyecto de investigación “Propuestas de mejoras de la competitividad interna/empresarial de la mipyme de la Provincia de El Oro”, de la Carrera Gestión Empresarial de la UMET, Sede Machala, por lo cual se agradece a la UMET por hacer posible presentar esta ponencia.

Bibliografía

- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2012). *PRO ECUADOR*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf
- Camacho, J. (diciembre de 2011). *Static*. Obtenido de https://static.hosteltur.com/web/uploads/2011/12/TFM_JAVIER_CAMACHO_MASTERR_US_TURISMO_2010_2011.pdf
- Cancino, J. (05 de junio de 2012). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/cultura-digital-web20-herramientas-tecnologicas/>
- Guardionla, J. (2015). Clasificación de iniciativas de Crowdsourcing y presencia en el sector turístico. En J. Valdezate (Presidente). *II Simposio Internacional IMAT*. Simposio llevado a cabo en ESIC, Valencia.
- Harzing, A. (2014). *Publish or Perish*. Obtenido de <http://harzing.com/resources/publish-or-perish>
- Masabanda-Pilataxi. (2014). *Revisión de las publicaciones sobre Gestión del Conocimiento e Innovación en PYMES* (Vol. 4). Ciencias Holguín.
- Medina, A. (2016). La oferta hotelera subió, pero la demanda de huéspedes cayó en Quito. *El Comercio*, Recuperado en: <http://www.elcomercio.com/datos/sectores-hoteleros-quito-turismo-ecuador.html>
- Noboa, G. (2002). Reglamento General de Actividades Turísticas. *Reglamento General de Actividades Turísticas*.
- Camacho Mateos, J., Ríos Martín, M. Á., y Martín Velicia, F. A. (2012). Cultura web 2.0 aplicada en el sector hotelero de Sevilla, para hoteles independientes. *Turismo y sostenibilidad: V jornadas de investigación en turismo (2012)*, p 147-172, 147-172.
- Perero, S. V., Farfán, B. V., & Suárez, T. A. (2017). Evolución del sector servicios de alojamiento y restauración y su contribución al desarrollo económico de Ayangue, Provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 4(1), 79-85.
- PROECUADOR. (2012). *PRO ECUADOR*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf
- Quisiguiña, C., & Teran, J. (2016). *Business Cost Management*. Obtenido de <http://www.bcmecuador.com/single-post/2016/05/25/Evoluci%C3%B3n-y-Perspectivas-del-sector-Hotelero-Ecuatoriano-1>
- Reglamento general de actividades turísticas. (2008). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turi%C8%81sticas.pdf>
- Ruiz, C. (2014). Obtenido de <http://stellae.usc.es/red/blog/view/124468/ventajas-y-desventajas-de-la-web-20>

(Julio 2017)

ACERCAMIENTO A LOS VIDEOJUEGOS COMO HERRAMIENTA PARA LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO INDUSTRIAL

Marta Moreno Muñoz¹.

Universidad Pablo de Olavide

martamomu@gmail.com

Resumen: Tras el despegue de la industria de los videojuegos a partir de los años 70 y 80, y sobre todo con la creación de Nintendo, los videojuegos se han ido integrando poco a poco en nuestra vida diaria, hasta el punto de llevarlos con nosotros allá donde vayamos gracias a los smartphones. Este uso diario ha causado que los videojuegos se conviertan en algo natural para las nuevas generaciones, por lo que podemos ver a niños de dos años jugando con smartphones y tablets, e incluso buscando videos en Youtube. Este elemento cotidiano, debe ser aprovechado por los sistemas de difusión patrimoniales, para de esta forma, aprovechar las enormes posibilidades creativas y didácticas que poseen. Los videojuegos fomentan la experiencia y el aprendizaje constructivista, y hace cercano y atractivo conocimientos que en un primer momento podrían resultar confusos o poco atractivos.

En este estudio nos centraremos en la difusión del patrimonio en general a través de plataforma para videojuegos, y en particular en el patrimonio industrial.

Palabra clave: videojuegos, patrimonio, industrial, difusión, didáctica.

El patrimonio industrial es un patrimonio que, a pesar de tener un papel muy importante en el desarrollo socio-cultural de nuestra historia reciente², está muy poco identificado y relacionado con la sociedad que lo rodea, de ahí que encontremos un gran número de elementos a conservar, ausentes de rentabilidad económica, siendo piezas de interés especulativo por el lugar donde se encuentra, o se convertidos en ruinas industriales quedando absolutamente desprotegidas a nivel legal³.

El entorno que nos rodea, este caso España, ha valorado este patrimonio de forma muy desigual dependiendo de la zona del país donde nos encontremos. En relación a la legislación sobre patrimonio industrial, encontramos la Ley de Patrimonio Histórico Español de 1985, encargada en la consideración normativa del patrimonio histórico, así como las diferentes leyes y reglamentos según las Comunidades Autónomas sobre política cultural, patrimonio y protección de bienes, y solo en algunos casos se refieren expresamente al patrimonio industrial

¹ Licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Córdoba y Máster en Gestión del Patrimonio desde el Municipio por la Universidad de Córdoba. Desde 2015 realiza el doctorado en la Universidad Pablo de Olavide. Colaboradora Honoraria de la Universidad de Córdoba en el Departamento de Historia del Arte, Arqueología y Música. He realizado diversos cursos de postgrado y publicaciones sobre temática de patrimonio industrial y turismo cultural.

² BOCANEGRA CAYERO, A. "Proyecto Silos: difusión y revitalización del patrimonio industrial abandonado". *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, nº 89, 2016, págs. 18-19.

³ ALVAREZ ARECES. M.A. "El Patrimonio industrial en España. Situación actual y perspectivas de actuación.

en su articulado, con diferentes matices, aunque en general su asimilación al patrimonio etnográfico, tecnológico y científico está subyacente⁴.

Como podemos ver a nivel legislativo, el patrimonio industrial en España sigue siendo un patrimonio incomprensido. Existe una carencia de identificación clara en el marco normativo y legislativo. Aunque la puesta en marcha del Plan Nacional de Patrimonio Industrial, enmarcó la necesidad de preservación y conservación de este patrimonio⁵.

Entendemos por “Patrimonio Industrial” el conjunto de los bienes muebles, inmuebles y sistemas de sociabilidad relacionados con la cultura del trabajo que han sido generados por actividades de extracción, de transformación, de transporte, de distribución y gestión generadas por el sistema económico surgido de la “Revolución Industrial”. Estos bienes se deben entender como un todo integral compuesto por el paisaje en el que se insertan, las relaciones industriales en que se estructuran, las arquitecturas que los caracteriza, las técnicas utilizadas en sus procedimientos, los archivos generados durante su actividad y sus prácticas de carácter simbólico⁶. Es por ello que en el patrimonio industrial encontramos una confluencia en la que se cruzan los caminos de la arquitectura, los paisajes, la historia social, las empresas y la maquinaria. Conforman por tanto un territorio conceptual muy amplio, que se dilata en el tiempo, desde mediados del siglo XVIII, durante la etapa preindustrial, hasta la obsolescencia de cada sistema energético, procedimiento o maquinaria.⁷

En relación a la situación en la que actualmente se encuentra el patrimonio industrial en España, nos referiremos a Julián Sobrino, que explica el proceso que este patrimonio está atravesando mediante un análisis DAFO, con sus respectivas debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas. Seleccionaremos una de cada grupo relacionada con el estudio que nos compete, para visibilizar realmente esta situación. Dentro de las debilidades que encuentra Sobrino en su estudio escogemos la “Escasa percepción social acerca de los valores y significado del patrimonio industrial”. En el grupo de las fortalezas escogemos “Las iniciativas de gestión patrimonial consolidadas a través de Fundaciones y Asociaciones”. Relacionado con las oportunidades seleccionamos la “Oportunidad de dotar a las zonas periféricas a los Centros Históricos de paisajes urbanos de calidad y significado simbólico”. Y por último en las Amenazas, destacamos “La destrucción y desaparición del patrimonio arquitectónico, industrial, minero y etnográfico, sino se ponen en marcha medidas urgentes para su recuperación”.

El objetivo del presente proyecto es mostrar la posibilidad de utilizar una nueva herramienta en la difusión del patrimonio industrial que ayude a eliminar esas debilidades y amenazas y se ayude de las fortalezas y oportunidades que encontramos al estudiar este tipo de patrimonio. De esta forma conseguiremos acercarlo a la sociedad, captar su interés, despertar su curiosidad y motivar el deseo de conocer nuestro patrimonio más reciente.

⁴ *Idem*

⁵ *Idem*

⁶ *Plan Nacional de Patrimonio Industrial*. Marzo de 2011.

⁷ SOBRINO SIMAL, J., “Revisión crítica de las estrategias para el patrimonio industrial en este nuevo siglo”, *I Jornada de Expertos en El patrimonio Industrial. Presente y perspectivas de futuro y Obra Pública*. Sabero: Fundación Hullera Vasco-Leonesa, 16 de octubre de 2010.

La difusión del patrimonio, es en nuestra opinión, uno de los medios más cualificados para proteger y conservar nuestro Patrimonio. Es la acción que permite poner en contacto a los individuos con su patrimonio, a adquirir mecanismo de interpretación que les ayude a comprender a estos hechos u objetos. El objetivo no es la simple transmisión de información, sino que a través de la difusión se pretende que el individuo y la sociedad adquieran una serie de actitudes que transformen su comportamiento con respecto al patrimonio cultural.

El desarrollo experimentado por las nuevas tecnologías en los últimos 20 años, tanto en lo que se refiere a la mejora de su calidad como a sus costes, está suponiendo una auténtica revolución en muchos campos, uno de ellos la difusión del patrimonio histórico⁸.

Uno de los mecanismos más popularizados son los juegos por ordenador, donde por medio de atractivas interfaces y complejas programaciones se configuran diferentes alternativas al jugador a medida que avanza el juego⁹. Aunque conviene recordar que la utilidad de estas nuevas tecnologías no son un objeto, sino una herramienta, el vehículo para la transmisión del mensaje del patrimonio. Este hecho es muy importante ya que sino podríamos caer en la banalización¹⁰.

Podemos considerar que la utilización de este tipo de herramientas en la difusión del patrimonio tiene una gran función educativa, ya que posibilitan la integración del receptor en la realización de una práctica activa, proporcionando contacto directo con el elemento patrimonial y le permite profundizar en el conocimiento así como contrastar de forma experimental, sucesos y hechos culturales e históricos-artísticos y adquirir sentimientos de protagonismo en su enseñanza, pasando de ser un sujeto pasivo a activo¹¹. Su evolución es continua y su presencia en nuestra sociedad es una realidad de la que participan desde los más grandes a los más pequeños. En la mayoría de los casos tiene fácil acceso a ordenadores, conexión a internet, Smartphone, etc., con los cuales, con un escaso esfuerzo físico se familiarizan y utilizan, aunque sea fundamentalmente con un carácter lúdico y de esparcimiento. Este hecho no puede pasar desapercibido y no podemos ignorar y dejar de lado sus grandes posibilidades como herramienta de trabajo y como recurso didáctico¹².

Algo que no podemos olvidar es que dentro de la educación formal y no formal encontramos que los alumnos no han conocido un mundo sin ordenadores, por lo que esta situación hace que las TIC deban estar integradas en el sistema educativo, ya que sus ventajas son numerosas: estimulan la curiosidad, la creatividad y la imaginación; ayudan a desarrollar las estrategias de investigación y descubrimiento. Ofrecen posibilidades sin límite para acceder a la información y comunicación en los diferentes formatos (texto, imagen y sonido). Su rapidez proporciona un gran ahorro de tiempo, su coste accesible, facilita el análisis, tratamiento y presentación de la información obtenida. Posibilita que nos convirtamos no solo en receptores

⁸ RASCÓN MÁRQUEZ S., SÁNCHEZ MONTES, A. L., "Las nuevas tecnologías aplicadas a la didáctica del patrimonio", *Pulso: revista de educación*, nº 31, 2008, págs. 67-91.

⁹ *Idem*

¹⁰ *Idem*

¹¹ CAMBIL HERNÁNDEZ, M. E., "Las nuevas tecnologías y los itinerarios didácticos: el Museo de la Memoria de Granada", *II Congrés Internacional de Didàtiques*, 2010.

¹² *Idem*

sino también en emisores de información, favorece la interdisciplinaridad con otras materias y la transversalidad¹³.

Si nos centramos en la educación formal, podemos decir que se ha convertido como algo habitual la visita al patrimonio por parte de escolares con la finalidad de conocer la herencia cultural de su entorno. Por lo que la aplicación de las nuevas tecnologías, en este caso de los videojuegos como herramienta de difusión y didáctica del patrimonio industrial, tiene el objetivo de aumentar las posibilidades didácticas del elemento patrimonial, facilitando la labor docente del profesor y el aprendizaje significativo del alumno, por las numerosas posibilidades que ofrecen¹⁴. La utilización de este recurso facilita la preparación y desarrollo de la visita, ya que vamos a poder visualizar elementos que puede resultar inaccesibles en el sitio patrimonial. Los alumnos serán además en los actores principales del proceso de aprendizaje, ya que tendrán un papel activo dentro de la recepción del conocimiento. Podrán conocer, antes de realizar la visita, el lugar, despertando su curiosidad y familiarizándose con el entorno. Además, se podrá complementar la actividad con el videojuego con material didáctico como cuestionarios individuales o en grupo, localización en el mapa de los lugares a los que se van a visitar, creando una actividad mucho más completa, y haciendo que la visita patrimonial tenga un carácter multidisciplinar y transversal, con especial atención en la diversidad¹⁵.

Anteriormente remarcamos la fortaleza que tiene el patrimonio industrial sobre “Las iniciativas de gestión patrimonial consolidadas a través de Fundaciones y Asociaciones”. Este es un hecho importante, ya que actualmente las Fundaciones y Asociaciones son las que están trabajando en la conservación y difusión de este patrimonio, por lo que pueden disponer o no de fondos suficientes para realizar un gran proyecto que cumpla con su cometido. Las reconstrucciones virtuales, usadas en la realización de este tipo de videojuegos, representan una pequeña parte del coste de una reconstrucción convencional, que puede no ser viable cuando nos acercamos al patrimonio industrial, debido a su gran coste económico o a que no poseen el interés de otros monumentos por parte de los diversos promotores. Además, se ha comprobado que disponer de la versión virtual del patrimonio anima a las personas a visitar el sitio real¹⁶, proporcionando un conocimiento extra que complementa la visita presencial como señalamos anteriormente con las visitas educativas.

Podemos decir que cuando el jugador-visitante, se involucra en una partida que se desarrolla en un entorno bien ambientado, posibilitándole recorrer distintos espacios elementos arquitectónicos, muebles, etc., provoca que la experiencia del juego sea mucho más vivida, su conocimiento del medio se realizará de forma inconsciente y significativa al tratarse de una aventura y no de la imposición de un estudio formal. Lo interesante es que este conocimiento podría hacerse consciente si el jugador tiene la posibilidad de visitar dichos entornos de modo real. Es muy probable que sea capaz de reconocer un edificio o elementos simplemente porque los ha vivido a través de un videojuego. Un ejemplo muy aclaratorio es el famoso videojuego

¹³ *Idem*

¹⁴ *Idem*

¹⁵ *Idem*

¹⁶ Tal y como puede ocurrir cuando lo vemos en una serie o en una película.

Assasins Creed, una saga de acción y aventura histórica que cuenta con una destacada propuesta estética de altísimo nivel gráfico, reproduciendo de manera magistral ciudades y edificios emblemáticos de la historia¹⁷. Al igual puede ocurrir con otros videojuegos como Age of Empire o Civilization.

Si analizamos el potencial que tienen estos videojuegos comerciales como medios transmisores de conocimientos culturales, su utilización como actividad para la difusión del patrimonio industrial, dentro de museos y centros de interpretación, orientados sobre todo al público más joven. Al efectuar un estudio sobre el desarrollo de juegos interactivos y videojuegos para la difusión del patrimonio de los museos de arte en España, podemos decir que se está comenzando a abrir este camino de gamificación del museo, aunque aún falta mucho por hacer al respecto. Encontramos casos destacables de instituciones que desarrollan herramientas interactivas, como el Museo de Arte Moderno de Tarragona, el Museo de Huelva o el Museo Thyssen-Bornemisza que cuentan con recursos interactivos basados en videojuegos orientados a promover el conocimiento de sus fondos¹⁸.

En relación con el patrimonio industrial nos ha resultado muy complicado encontrar experiencias que ejemplifiquen nuestro estudio, representando a la perfección el gran camino que les queda por recorrer a los videojuegos dentro de la difusión del patrimonio industrial. No obstante, sí hemos podido encontrar algunas experiencias dentro de los programas de difusión y didáctica de algunas fundaciones, museos, etc. Son muchas las fundaciones que están trabajando en la creación de este tipo de herramienta de difusión. La Fundación Integra, dependiente de la Conserjería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo, trabaja en el playTRIMONIO, desarrollando una plataforma de videojuegos virtuales con el objetivo de divulgar el patrimonio regional de manera didáctica y lúdica. El fin es “acercar la historia, el arte y la cultural regional a los más pequeños de una manera que resulte atractiva”.

El proyecto es una iniciativa de la Fundación Integra en el marco de su proyecto Patrimonio Digital, financiado por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y fondos europeos FEDER, y forma parte del Plan de Educación y Patrimonio de la Región de Murcia (EDUyPATRI). Esta plataforma de gamificación del patrimonio ofrecerá una amplia y variada oferta de actividades lúdicas dirigidas a escolares y al resto de ciudadanos, y aplicará una trama de ficción que “la hará todavía más novedosa y atractiva”. Se ha creado un primer juego educativo basado en tecnología de realidad virtual inmersiva, denominado “El Misterio de la Encomienda de Ricote” **[Fig. 1]**, que transporta al jugador al siglo XVI y le permite conocer la arquitectura de este edificio y algunos aspectos destacados de la Orden de Santiago. Y tras haber sido evaluado didácticamente por diferentes centros educativos se está desarrollando un segundo juego de realidad virtual basado en una recreación infográfica del Teatro Romano de Cartagena en el s. I d.C.

¹⁷ BELLIDO GANT, M.L. *Arte y museo del siglo XXI: entre los nuevos ámbitos y las inserciones tecnológicas*. Ed. UOC, 2013.

¹⁸ *Idem*



Fig.1 Detalle del videojuego "El misterio de la encomienda de Ricote"

La primera experiencia de este proyecto, realizada por "estudiofuture", permite a los usuarios transportarse al siglo XVI para resolver una misión formando parte de la poderosa Orden de Santiago. Una forma divertida de conocer la extensa historia y rico patrimonio de la Región de Murcia¹⁹. Para ello el alumnado deberá superar todas las pruebas en el menor tiempo posible y tratar de obtener la mayor puntuación [Fig. 2]. A través de la plataforma <http://playtrimonio.regmurcia.com>, los alumnos podrán crear una cuenta, descubrir su puntuación, mejorarla y conocer la clasificación de sus compañeros²⁰.



Fig. 2 Detalle del videojuego "El misterio de la encomienda de Ricote"

Ésta es una interesante y completa experiencia ya que además cuenta con una guía docente que marca la temporalización, la ubicación curricular, el nivel de agrupamiento de los alumnos, los recursos utilizados, criterios de evaluación²¹, competencias básicas, desarrollo de la actividad²², herramientas de divulgación, así como un cuestionario para que responda el alumnado²³ [Fig. 3].

¹⁹ <http://estudiofuture.com/es/gamificacion-educativa-aprendiendo-historia-con-la-realidad-virtual/> (visitado 30/06/2017)

²⁰ ESCRIBANO-MIRALLES, A. "La Encomienda de Ricote". *Iber: Didáctica de las ciencias sociales, geografía e historia*, nº 85, 2016, págs. 81-82.

²¹ Entre los que se encuentran comprender el significado histórico de la etapa del Renacimiento en Europa y analizar el reinado de los Reyes Católicos como una etapa de transición entre la Edad Media y Moderna.

²² Video introductorio al juego <https://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?METHOD=DETALLEMEDIATECA&serv=Mediateca&mId=14331>



Fig. 3. Niños jugando al videojuego “El misterio de la encomienda de Ricote”.

Otro ejemplo lo encontramos en la Escuela Taller de Camargo en Cantabria, donde sus alumnos han creado un videojuego sobre patrimonio del municipio denominado “Juego de la Cierva” con una interfaz parecida al Juego de la Oca, recorren a través de un tablero los distintos puntos de interés del patrimonio cultural de Camargo, demuestran una de las ventajas que tienen este tipo de herramientas de difusión del patrimonio, y es que sin necesidad de un gran presupuesto se pueden desarrollar proyectos muy interesantes.

Si nos acercamos a grandes proyectos de grandes sitios patrimoniales, podemos referirnos al entorno del Museo Thyssen-Bornemisza, en el que se propone Nubla, una aventura que se inicia en las salas del museo, donde nos encontraremos con un personaje, único habitante de un universo imaginario que existe en el interior de los cuadros. Junto a él, iniciaremos un viaje que nos llevará a descubrir el fantástico mundo de Nubla, lleno de puzzles y lugares olvidados. Es además un interesante proyecto educativo que pone en diálogo el arte, la tecnología y las nuevas narrativas. Se genera de esta forma una relectura y se reinterpretan de forma creativa las obras del museo. Escenarios, personajes y mecánicas de juegos que se inspiran en obras de estilos artísticos, acercando el mundo del arte de una forma lúdica y divertida²⁴. Esta iniciativa está abierta a la participación de cualquiera que quiera formar parte de la comunidad Nubla, para crear una segunda y tercera parte del juego de manera colaborativa, consolidando grupos creativos transversales y generar propuestas transmedias que acerquen las colecciones del museo de un modo diferente²⁵.

Este museo también trabaja con la videoconsola 3DSXL y el videojuego New Art Academy para probar las diferentes técnicas pictóricas (acuarela, acrílico, carbón, pastel, etc.), a través de una serie de videotutoriales, que ofrecen a través de la publicación Aquí pintamos todos de la

(Visitado 30/06/2017)

²³ ESCRIBANO-MIRALLES, A. “La Encomienda de Ricote”. *Iber: Didáctica de las ciencias sociales, geografía e historia*, nº 85, 2016, págs. 81-82.

²⁴ https://store.playstation.com/#!/es-es/juego/nubla/cid=EP0811-CUSA03320_00-0000000000000000 (Visitado 30/06/2017)

²⁵ Educathyssen. <https://www.educathyssen.org/>

app Quiosco Thyssen y de esta forma conocer algunos artistas como Durero, Caravaggio, Gauguin, Hopper, etc.

Conclusiones.

Creemos que en una sociedad cada vez más informatizada, la interactividad y virtualización en la didáctica y difusión del patrimonio es la herramienta para acercar el conocimiento al público de forma amena y eficaz. Por ello, consideramos fundamental integrar conceptos o técnicas innovadoras, como este caso, los videojuegos, en el conocimiento del patrimonio industrial, para convertirlo en un foco de atracción informativa, tanto a nivel educativo como divulgativo, y posibilitar así una mayor difusión y relación entre los conocimientos patrimoniales, comúnmente caracterizados por una difícil comprensión por parte del público no especializado.

Creemos además, que este tipo de tecnología, no tiene por qué suponer un gran desembolso para los responsables de los sitios patrimoniales, ya que las reconstrucciones virtuales no tienen el mismo coste que las reconstrucciones reales y ayudan al visitante a comprender el lugar que visitan. Sólo tenemos que ser conscientes que un buen videojuego sobre patrimonio no tiene por qué contar con las características de un superventas comercial, es decir, con unos gráficos inmejorables, pero sí debe contar con un discurso apropiado a la función para la que se va a utilizar y una interfaz atractiva para el público al que se va a dirigir.

Es por ello que no podemos olvidar que todos los juegos no pueden ser susceptibles de ser utilizados como herramienta didáctica del patrimonio, por lo que nos parece fundamental su evaluación para conocer la calidad pedagógica.

No debemos desaprovechar el potencial que poseen para aunar la información que necesitamos proporcionar al visitante de nuestro sitio patrimonial con las características atractivas de esta herramienta, como la experiencia en primera persona y la diversión.

Bibliografía

- ALVAREZ ARECES. M.A. "El Patrimonio industrial en España. Situación actual y perspectivas de actuación.
- BELLIDO BLANCO, A. "Los últimos años de la didáctica del patrimonio en España", *Estudios del Patrimonio Cultural*, nº 8, Julio 2012, págs. 54-64.
- BELLIDO GANT, M.L. *Arte y museo del siglo XXI: entre los nuevos ámbitos y las inserciones tecnológicas*. Ed. UOC, 2013.
- BOCANEGRA CAYERO, A. "Proyecto Silos: difusión y revitalización del patrimonio industrial abandonado". *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, nº 89, 2016, págs. 18-19.
- CAMBIL HERNÁNDEZ, M. E., "Las nuevas tecnologías y los itinerarios didácticos: el Museo de la Memoria de Granada", *II Congreso Internacional de Didàtiques*, 2010.
- CORREA GOROSPE, J.M., IBÁÑEZ ETXEBERRÍA, A. "Museos, Tecnología e innovación educativa: aprendizaje de patrimonio y arqueología en territorio Menosca", *REICE, Revista electrónica iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, Vol 3, nº 1. 2005.

- ESCRIBANO-MIRALLES, A. "La Encomienda de Ricote". *Iber: Didáctica de las ciencias sociales, geografía e historia*, nº 85, 2016, págs. 81-82.
- GARCÍA GUERRA, R. "Puesta en valor de las Minas de Santa Constanza (Granada): protección, conservación, difusión y musealización del yacimiento", *II Jornadas andaluzas de Patrimonio Industrial y de la Obra Pública*. Cádiz, 25, 26 y 27 de octubre de 2013.
- GÓMEZ ROBLES, L., QUIROSA GARCÍA, V. "Nuevas tecnologías para difundir el Patrimonio Cultural: las reconstrucciones virtuales en España", *E-rph. Revista Electrónica de Patrimonio. Observatorio de Patrimonio Histórico Español*, nº 4, junio 2009.
- HIDALGO VÁSQUEZ, X.P., "Integración cultural y difusión del patrimonio en los museos a través del videojuego", *Actas del II Congreso Internacional de Educación y Accesibilidad. Museos y Patrimonio*, Huesca 2-4 de mayo de 2014.
- MOLERO DE LOS SANTOS, M. E. *El patrimonio industrial minero de Corrales en Aljaraque: catalogación, propuesta de protección urbanística y modelo de difusión didáctica para la enseñanza primaria obligatoria*. Huelva 2013.
- MARTÍNEZ USÓ, J. "Aplicación de las nuevas tecnologías para la difusión didáctica del patrimonio", *Monográfico*, nº 9, 2014, págs. 779-788. PÉREZ GARCÍA, A. "El aprendizaje con videojuegos. Experiencias y buenas prácticas realizadas en las aulas españolas", *Escuela Abierta*, nº 17, 2014, págs. 135-156.
- MORENÉS Y MARIÁTEGUI, C. "Nuevos instrumentos para la difusión y promoción del patrimonio cultural", *XXXII Reunión de Asociaciones y entidades para la defensa del patrimonio cultural y su entorno*, Pamplona, 14, 15 y 16 de junio de 2012.
- *Plan Nacional de Patrimonio Industrial*. Marzo de 2011.
- RASCÓN MÁRQUEZ S., SÁNCHEZ MONTES, A. L., "Las nuevas tecnologías aplicadas a la didáctica del patrimonio", *Pulso: revista de educación*, nº 31, 2008, págs. 67-91.
- RICO CANO, L. "La difusión del patrimonio a través de las nuevas tecnologías. Nuevos entornos para la educación patrimonial Histórico-Artística", COORD. VERA-MUÑOZ, M. I., PÉREZ I PÉREZ, D. *Formación de la ciudadanía: las TICs y los nuevos problemas*. 2004.
- RUIZ TORRES, D. "Realidad aumentada y Patrimonio Cultural: nuevas perspectivas para el conocimiento y la difusión del objeto cultural", *E-rph. Revista Electrónica de Patrimonio. Observatorio de Patrimonio Histórico Español*, nº 8, junio 2011.
- SANTOFIMIA ALBIÑANA, M. "Los paisajes de la mina en Sierra Morena y sus estribaciones a través del proyecto Los colores de la Tierra", *Revista PH. Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, nº 86, octubre 2014, págs. 6-8.
- SEBASTIÁN MORILLAS, A., MARTÍNEZ NAVARRO, G. "La influencia de las nuevas tecnologías: videojuegos, redes sociales e internet, en los consumidores seniors en España", COORD. LLOVES SOBRADO, B., SEGADO BOJ, F. *I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital*, Logroño, 2013.
- SOBRINO SIMAL, J. " Revisión crítica de las estrategias para el patrimonio industrial en este nuevo siglo", *I Jornada de Expertos en El patrimonio Industrial. Presente y perspectivas de futuro y Obra Pública*. Sabero: Fundación Hullera Vasco-Leonesa, 16 de octubre de 2010.

-VIZCAÍNO LEÓN, D., BIENES CALVO, J.J., BRAVO HINOJO, E., SOLER, J.M. "La reconstrucción virtual del patrimonio arqueológico el servicio de la divulgación y puesta en valor de la Villa Romana de Liédena (Navarra, España)", *VAR*, vol 4, nº 8, mayo 2013.

SOSTENIBILIDAD DEL CONOCIMIENTO Y LA CULTURA ANCESTRAL DEL ECUADOR MEDIANTE EL TURISMO PATRIMONIAL

Susana Carrillo Vera¹
Docente de la Universidad de Guayaquil
susana.carrillov@ug.edu.ec

Víctor Hugo Carrillo Pérez²
Docente de la Universidad de Guayaquil
victor.carrillope@ug.edu.ec

Guido Poveda Burgos³
Docente de la Universidad de Guayaquil
guido.povedabu@ug.edu.ec

Resumen:

En cuanto a la Difusión del conocimiento y la cultura ancestral del Ecuador se puede decir que es un derecho de todos los ecuatorianos; conocer el pasado de los pueblos que habitaron nuestro país. No solo el pasado inmediato, sino desde la aparición misma de los primeros habitantes, recorriendo todas las etapas de desarrollo cultural hasta llegar al presente.

Este conocimiento que se transforma en un deber para entender el presente y proyectarnos al futuro. Porque somos el producto de miles de años de presencia humana. De las primeras migraciones humanas, de sus creaciones, de su desarrollo, de sus conocimientos, de la interrelación de estas sociedades. De la conquista de los Incas, de la llegada de los españoles y africanos de hace 500 años y también de las migraciones modernas.

El acercamiento a la interacción de todas las personas con sus propias formas de vida, pensamientos, lenguajes, costumbres, etc., es lo que permite reconocernos con nuestras identidades y con las de los demás.

Actualmente amparados en la Constitución tenemos derecho a convivir en la interculturalidad, es decir, respetar la cultura del otro, para que se nos respete nuestra cultura. Formas de vida o culturas que heredamos y desarrollamos permanentemente desde milenios.

Materia que nos sirve para una actualización de conocimientos y apropiación de nuestra historia; que nos reivindicará como pueblos de un Estado Plurinacional.

Palabras clave: Cultura, Migración, Lengua, Costumbres, Constitución, Interculturalidad, Historia, Plurinacional

¹; Economista, Magister en Administración de Empresas, mención Negocios Internacionales; Docente de la Universidad de Guayaquil

² Ingeniero comercial, Magister en Administración de Empresas mención en Recursos Humanos y Marketing; Docente de la Universidad de Guayaquil

³ Ingeniero Comercial, Magister en Administración y Dirección de Empresas; Docente de la Universidad de Guayaquil

Abstract

In terms of the dissemination of knowledge and the ancient culture of the Ecuador is that it is a right of all Ecuadorians; know the past of the peoples who inhabited our country. Not only the immediate past, but since the same appearance of the first inhabitants, covering all stages of culture up to the present development.

This knowledge that becomes a duty to understand the present and to project ourselves into the future. Because we are the product of thousands of years of human presence. The first human migrations, their creations, their development, their knowledge of the interrelation of these societies. The conquest of the Incas, the arrival of the Spaniards and Africans of 500 years ago and also modern migrations.

The approach to the interaction of all persons with their own ways of life, thoughts, languages, customs, etc., is what allows to recognize us with our identities and those of others.

Currently protected in the Constitution we have right to live in multiculturalism, that is, respecting the culture of the other, so respect us our culture. Lifestyles or cultures that we inherit and develop permanently since millennia.

Matter that serves for an update of knowledge and appropriation of our history; Which will claim us as peoples of a Plurinational State.

Key words: Culture, Migration, Language, Custom, Constitution, History, Plurinational.

Introducción

Es un derecho de todos los ecuatorianos; conocer el pasado de los pueblos que habitaron nuestro país. No solo el pasado inmediato, sino desde la aparición misma de los primeros habitantes, recorriendo todas las etapas de desarrollo cultural hasta llegar al presente.

Este conocimiento que se transforma en un deber para entender el presente y proyectarnos al futuro. Porque somos el producto de miles de años de presencia humana. De las primeras migraciones humanas, de sus creaciones, de su desarrollo, de sus conocimientos, de la interrelación de estas sociedades.

De la conquista de los Incas, de la llegada de los españoles y africanos de hace 500 años y también de las migraciones modernas.

El acercamiento a la interacción de todas las personas con sus propias formas de vida, pensamientos, lenguajes, costumbres, etc., es lo que permite reconocernos con nuestras identidades y con las de los demás.

Actualmente amparados en la Constitución tenemos derecho a convivir en la interculturalidad, es decir, respetar la cultura del otro, para que se nos respete nuestra cultura. Formas de vida o culturas que heredamos y desarrollamos permanentemente desde milenios.

Materia que nos sirve para una actualización de conocimientos y apropiación de nuestra historia; que nos reivindicará como pueblos de un Estado Plurinacional.

Que ahora está reconocido como el patrimonio tangible e intangible de los ecuatorianos, patrimonio que debemos proteger como el referente y fortaleza de nuestras identidades culturales, y con la debida responsabilidad, difundir esa riqueza cultural al interior del país y al extranjero.

Por todo esto consideramos imprescindible compartir un conocimiento científico del desarrollo cultural de las sociedades prehispánicas del Ecuador, como fundamento de lo que ahora representa ser ecuatoriano y para un manejo adecuado de este patrimonio en el campo profesional turístico.

La difusión del conocimiento

La importancia de diseminar el conocimiento⁴ científico y tecnológico se hace cada vez mayor. La apropiación de ese conocimiento por parte de la sociedad es una necesidad obvia para la población en general, pero resulta mucho más obvia y natural para quienes se dedican de forma profesional a la investigación, la enseñanza y la comunicación en las diversas áreas de la ciencia y la tecnología.

Son cada vez más numerosos los aspectos en los cuales la sociedad acciona con base en las nociones que tiene en ese momento acerca de un determinado fenómeno, producto o hecho.

Indígena Cofán en amazonía ecuatoriana



Fuente: fotografía de Thomas Müller

⁴ Capacidad que tiene el ser humano de percibir estímulos físicos mediante ciertos órganos del cuerpo y de tener consciencia de su existencia y de lo que le rodea.

Las opiniones sobre la conveniencia o no de adoptar una conducta, de aceptar o no un cierto tipo de pautas o reglas, de procedimientos y hasta de ropas o alimentos, influyen poderosamente en muy numerosas y variadas materias de interés común, determinando la orientación de la participación ciudadana.

Tales opiniones modulan de manera decisiva tanto la estrategia de legisladores y grupos de interés que buscan la sanción de medidas legislativas como la estrategia de los productores y comercializadores de bienes. Los políticos en busca de apoyo las estudian y hacen uso de ellas.

Laufer (2008) concluye: El que el concepto actual de ciudadanía implica, además de la participación, la capacitación para la toma de decisiones. La capacidad para arribar de manera racional a decisiones acerca de asuntos personales o comunitarios requiere manejar toda la información disponible en el momento adecuado.

Es responsabilidad de toda la sociedad, pero más aun de los comunicadores sociales como difusores del conocimiento, de los docentes como formadores de conocedores, y de los investigadores, como creadores del conocimiento, asegurar que la información necesaria, suficiente y correcta llegue a la mayor cantidad posible de ciudadanos.

Se trata de una responsabilidad compartida, consciente de que los saberes no habrán llegado a su destino último mientras no sean apropiados por la sociedad, y las sociedades que a lo largo del tiempo han generado y acumulado saberes han de hacerlos conocer de todos, sin distinciones.

Llamar la atención acerca de este último aspecto, la difusión⁵ de los saberes tradicionales, es de particular importancia en los momentos actuales, dada la marginalidad en la cual han estado sumidos por largo tiempo sectores menos favorecidos o culturalmente diferentes del grueso de la sociedad. Tal es el caso de muchos de los pobladores indígenas de nuestro continente, quienes por siglos han vivido en armonía con la naturaleza y aprendido de ella.

Cierto es que la educación adquirida, la formación y la capacidad de cada persona determina sus posibilidades de comprensión y manejo de información. Tales posibilidades pueden cubrir una gama extensa, pero la disponibilidad de la información ha de estar al alcance de todos, sobre todo en los tiempos actuales, cuando la información y los contenidos en medios electrónicos ya predominan sobre los de medios impresos.

Para alcanzar una cobertura suficiente es necesario, pero no suficiente, alfabetizar y educar. También hay que hacer fácilmente accesible el conocimiento.

La cobertura por parte de la prensa escrita, radial o televisiva es de gran alcance, pero es fugaz y sus públicos tienden a estar divididos por sectores de la población.

Por otra parte, de estar ampliamente disponibles, los centros de información electrónica y la comunicación presencial en exposiciones y museos, sean éstos

⁵ proceso de propagación o divulgación de conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc.

estables o ambulantes, hacen factible hacer llegar la información a grandes masas, permitir que su profundidad sea modulada por el usuario y favorecer el aprendizaje interactivo de personas de todas las edades por igual.

Una buena parte de la acción de los organismos educativos y de fomento científico y tecnológico debería estar encaminada a cubrir la necesidad de diseminar en toda la población el conocimiento disponible, a través de programas tanto de formación como de información de largo alcance.

La cultura ancestral del Ecuador

Las sociedades antecesoras, fueron parte del grupo humano homo sapiens, es decir personas hombres y mujeres de todas las edades con nuestras mismas características humanas, con raciocinio, inteligencia, lenguaje, sentimientos etc. De manera que nosotros somos sus descendientes directos, biológica y culturalmente.

Estatuillas de la Venus de Valdivia (3.500 – 2,000 a.C)



Fuente: Fotografía del museo arqueológico Banco Central del Ecuador

En cada época o período se organizaron de acuerdo con su realidad y necesidades, continuando las constantes humanas y religiosas, que iremos tratando en cada una de ellas. Este aspecto es imprescindible para tratar de entenderles en su verdadera dimensión integral.

El poblamiento de América

Origen de la humanidad en América

La teoría más aceptada por los investigadores es aquella que sostiene que los primeros seres humanos llegaron a Alaska (Norteamérica) caminando desde Asia, cuando, debido a un descenso general del nivel del mar, el fondo del estrecho de Bering se secó, permitiendo que los dos continentes estén unidos por una extensión de tierra.

Durante la última glaciación, denominada Wisconsin en América ocurrida entre los años 70.000 y el 10.000 antes del presente, quedó seca una franja de alrededor de cientos de metros de profundidad. Entonces, estos nuevos territorios fueron, paulatinamente, colonizados por plantas y animales, y recorridos incluso por grupos humanos cazadores – recolectores nómadas, que habrían entrado por primera vez a nuestro continente, procedentes de Siberia.

Aceptada esta teoría se puede deducir que a partir de su llegada, se movilizaron por todo el continente durante varios milenios.

Antigüedad del hombre sudamericano

Los habitantes ancestrales de América, por su gran capacidad de desplazamiento y la búsqueda de plantas y animales los llevó a ocupar nuevos espacios, es decir que, buscando su alimentación, generación tras generación, ocuparon distinto medio ambiente.

Fue gente con una larga experiencia en la lucha por la supervivencia; de ahí que tenían los conocimientos adecuados para producir fuego, y para hacer instrumentos de piedra, hueso y madera. Además, fueron adecuando y creando nuevas formas de vida.

Respecto a Sudamérica, las fechas más antiguas de la presencia humana parecen situarse entre los 20 y 25 mil años antes del presente, aunque no existe aún consenso unánime entre los especialistas.

Parece que, excepto por unas pequeñas partes de bosque húmedo, la cuenca amazónica estaba cubierta de bosque seco y sabana, esta morfología del medio ambiente facilitó la expansión de los grupos humanos, por eso se supone que, la presencia humana más antigua de Sudamérica está localizada en las tierras altas del nordeste del Brasil.

Antigüedad del hombre ecuatoriano al parecer, los primeros habitantes de lo que hoy es el Ecuador llegaron a nuestro territorio hace unos 15.000 años más o menos.

Los grupos humanos que ocuparon la Sierra fueron nómadas cazadores y recolectores de frutos el primer periodo de la historia ancestral llamado "Paleoindio", con una cronología y duración aproximada de 8 a 11 años. Fueron especialistas en la industria lítica, elaboraron herramientas para la cacería de animales.

Los primeros grupos humanos que ocuparon la Costa se los ubica con el sistema de vida llamado "arcaico", quienes continuaron con la cacería y la recolección de frutos en el territorio continental, pero incluyeron a su alimentación el marisqueo y la pesca en las orillas en el océano, incorporando a su medio de vida del continente, el océano.

Culturas Ancestrales Ecuatorianas

Culturas:

En la arqueología ecuatoriana se denominan “culturas” a los distintos asentamientos o sitios que se desarrollaron y que lograron su permanencia durante un tiempo sea este largo o corto

Las denominaciones de las culturas en su mayoría han sido tomadas de los nombres actuales de los sitios donde se han encontrado, ejemplos: la cultura Valdivia su denominación viene de la comuna actual Valdivia en la provincia de Santa Elena, la cultura Narrio de la montaña del mismo nombre en la población del Cañar, Cotocollao del barrio de la ciudad de Quito donde antiguamente se desarrolló dicha sociedad.

Los bienes arqueológicos han sido encontrados en varios lugares del país y los nombres son en su mayoría, tomados de los nombres de los sitios geográficos. Las culturas han sido ubicadas de acuerdo con su cronología en cinco grandes períodos que abajo enumeramos. Cada período corresponde a ciertas características de desarrollo de las sociedades ancestrales:

- 1.- Período Paleoindio
- 2.- Período Formativo
- 3.- Período de Desarrollo Regional
- 4.- Período de integración
- 5.- Período Inca

Colecciones Arqueológicas:

Se determinan como colecciones arqueológicas al conjunto de objetos o piezas ancestrales que han sido encontrados en el subsuelo o en el lecho marino, y posteriormente recuperados que reposan en museos, instituciones, fundaciones, en casas y oficinas de particulares.

Colecciones arqueológicas americanas



Fuente: Museo de Historia del Arte – Intendencia de Montevideo

El origen de las colecciones se remonta a la época colonial y republicana y se han ido formando a través del tiempo como resultado, de la compraventa, transferencias, intercambios, herencias o donaciones, sobre todo en el siglo XX.

Quinatoa (2014) concluye: Sin embargo, el patrimonio cultural se enriquece por nuevos acercamientos de la colectividad a los objetos de su historia a través de los actos en los que generaciones sucesivas se reconocen como herederas y custodias de algo realizado por sus antepasados. Lo que ayer no parecía contener un mensaje cultural, hoy es descubierto y valorado con insistencia.

Reflexiones

La diversidad cultural del Ecuador es inmensamente rica y diversa, existen manifestaciones culturales que son un potencial para el fomento del turismo. Además, esta diversidad cultural ayuda a la identificación del pueblo ecuatoriano.

Las diferentes clases sociales hacen tambalear las tradiciones y costumbres en algunos pueblos e inclusive se evidencian serios problemas de aculturización, especialmente en los jóvenes.

La existencia de nacionalidades y pueblos diferentes en el Ecuador hacen que éste sea un país pluricultural y multiétnico y, es también una ventaja competitiva para el impulso de su aprovechamiento mediante el turismo sustentable.

Es importante resaltar que cada grupo étnico tiene su propia cosmovisión (manera de concebir) de los recursos naturales que le rodean y esta visión tiene que ver con el uso, manejo y aprovechamiento de los diferentes componentes de la biodiversidad.

La conservación de los diferentes grupos étnicos en el Ecuador, se basan en la buena o mala práctica que realice la población involucrada mediante sus prácticas.

Por esta razón es muy importante la permanencia de las tradiciones de uso y manejo de las poblaciones locales.

El uso de prácticas ancestrales, conocimientos, costumbres y tradiciones de los pueblos y nacionalidades del Ecuador ha permitido el manejo adecuado de sus recursos naturales en comparación a los colonos, situación que ha permitido mantener rasgos de buena alimentación, construcciones ecológicas, medicina alternativa. La preservación de estos conocimientos ancestrales permite que los pueblos puedan vivir en armonía con su entorno natural.

El análisis acerca del conocimiento de la difusión del conocimiento y la cultura ancestral del Ecuador sugiere que se debería brindar más transmisión sobre culturas tales como la cultura Valdivia a través de programas eventuales como casa abierta, exposiciones de fotografías, y videos con la finalidad de que la sociedad conozca y se interese sobre estos temas importantes de las culturas antiguas del Ecuador y América.

Fomentar a que las personas se motiven a participar en eventos como cortometraje, fotografía, y documentales sobre las culturas ancestrales del Ecuador y cuyas actividades que impulsen la difusión cultural de la sociedad ecuatoriana.

Que la vinculación activa de diferentes nacionalidades y pueblos diferentes en el Ecuador hagan que nosotros como país pluricultural y multiétnico tenga una ventaja competitiva para el impulso de su aprovechamiento mediante el turismo sustentable.

Bibliografía

Laufer, M. (2008). La difusión del conocimiento. Scielo, 1. Obtenido de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0378-18442008001100002

Observatorio Iberoamericano de la Ciencia, Tecnología y la Sociedad. (2010). Obtenido de Observatorio Iberoamericano de la Ciencia, Tecnología y la Sociedad: http://observatoriocts.org/index.php?option=com_content&view=article&id=68

Quinatoa, E. (2014). UTE. Obtenido de UTE: <http://app.ute.edu.ec/content/3298-369-9-1-18-10/HISTORIA%20ABORIGEN%20Y%20FOLKLORE%20ECUATORIANO.pdf>

Zamora, D. T. M., & Moncayo, C. Ñ. (2014). Estudio De Caso De Viaje Organizado Para Un Grupo De Adultos Mayores, Desde La Ciudad De Guayaquil, Provincia

Del Guayas Hacia La Ciudad De Cuenca, Provincia Del Azuay, Ecuador. Turismo y Desarrollo Local, 16.

<http://somosdelmismobarro.blogspot.com/2014/10/gobierno-nacional-invierte-en-el.htm>

XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional
Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural
(Julio 2017)

TESTIMONIOS DE TURISTAS EXTRANJEROS EN DOS MUSEOS DE CUENCA, ECUADOR

Leonardo Torres León¹

leonardo.torres@ucuenca.edu.ec

Imelda AVECILLAS Torres²

imelda.avecillas@ucuenca.edu.ec

Cristina Barzallo Neira³

cristina.barzallon@ucuenca.edu.e

c Viviana Lliguin Balarezo⁴

Resumen

El artículo presenta los resultados del análisis de los testimonios generados por los turistas extranjeros, en los libros de visitas del Museo de las Culturas Aborígenes y del Museo Historia de la Medicina Guillermo Aguilar Maldonado, en la ciudad de Cuenca, Ecuador durante el año 2016. Con base a dichos testimonios se estableció la impresión que los turistas extranjeros se llevaron sobre la importancia de las colecciones y el conocimiento que declararon haber obtenido por realizar su visita. El análisis estableció que los turistas extranjeros apreciaron sobre todo el trabajo de preservación en los dos museos y resaltaron que la experiencia enriqueció su conocimiento sobre la historia y cultura del Ecuador.

Abstract

The article presents the results obtained from the analysis of the testimonies generated by foreign tourists, in the visiting books of the Museum of Aboriginal Cultures and the in Museum of History of Medicine during the year 2016. Based on these testimonies, it was established the impression that the foreign tourists gathered on the importance of the collections and the knowledge that they declared to have obtained after their visit. The analysis established that foreign tourists especially appreciated the preservation work in the two museums and emphasized that the experience enriched their knowledge about the history and culture of Ecuador.

¹ Profesor Principal a Tiempo Completo de la Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. Máster en Integración Regional, por la Universidad de Cuenca y la Facultad Latinoamericana de Ciencias sociales, FLACSO.

² Profesora Auxiliar a Tiempo Completo de la Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. Máster en Planificación Turística, por la Universidad del Azuay.

³ Profesora Ocasional a Tiempo Completo de la Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. Máster en Planificación Turística, por la Universidad del Azuay.

⁴ Estudiante de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Carrera de Turismo. Ayudante de Investigación.

Palabras Clave

Turistas extranjeros, museos, testimonios

Keywords

Foreign tourists, museums, testimony

Introducción

El presente trabajo es un avance del proyecto de investigación: *El turismo cultural y los museos en el contexto de la ciudad patrimonial de Cuenca*, que tiene como objetivo general establecer la importancia de los museos de la ciudad de Cuenca, Ecuador en la experiencia de los turistas extranjeros. En este contexto se establecen las características de las experiencias suscitadas por la visita de turistas extranjeros en el Museo de las Culturas Aborígenes (MCA) y en el Museo Historia de la Medicina Guillermo Aguilar Maldonado (MHM), en el año 2016.

Materiales y Métodos

El trabajo tuvo por material las apreciaciones subjetivas de los turistas extranjeros presentes en sus comentarios en los libros de visita en el MCA y el MHM. Las apreciaciones indicadas fueron abordadas desde un enfoque cualitativo y permitieron conocer el significado que representó para ellos su visita. Para el análisis de los testimonios se elaboraron dos series de los términos más usados para expresar sus impresiones sobre la visita a los museos.

Resultados y Discusión**1. Museo de la Culturas Aborígenes y Museo Historia de la Medicina Guillermo Aguilar Maldonado**

El MCA es una institución privada que se abrió al público en 1992. Funciona en una casa del período colonial, en donde se exhiben colecciones que permiten apreciar objetos de las culturas: Valdivia, Machalilla, Narrío, La Tolita, Jama Coaque, Bahía, Guangala, Panzaleo, Puruhá, Cazhaloma y Tacalzhapa todas ellas anteriores a la llegada tanto de los incas como la de los españoles. La riqueza de las colecciones sobre dichas culturas constituye el perfil específico del museo.

La nacionalidad de los turistas extranjeros que visitaron el MCA se presenta en la siguiente tabla.

**Turistas extranjeros del Museo de las Culturas Aborígenes
Año 2016**

Nº.	Países	%
1.	Estados Unidos	36,44%
2.	Francia	18,03%
3.	España	10,47%
4.	Alemania	6,20%
5.	Argentina	6,11%
6.	Canadá	3,22%
7.	Italia	2,36%
8.	Chile	2,15%
9.	Reino Unido	2,03%
10.	Suiza	1,66%
Otros		11,34%
Total		100,00%

**Fuente: Registro de Visitas, Museo de las Culturas Aborígenes
Elaboración: Los Autores**

El MHM ocupa tres pabellones y la Capilla del antiguo Hospital San Vicente de Paúl, edificio que por sí mismo constituye un atractivo. El museo se encuentra abierto al público desde el año 1983. Las colecciones del museo se presentan en catorce salas en las que se encuentran instrumentos de la práctica médica en sus diversas áreas y su evolución tecnológica desde el período prehispánico. En dichas salas se presentan muestras sobre odontología, traumatología, análisis clínico, obstetricia, ginecología, pediatría, radiología y la recreación de una antigua botica republicana con lo que se documenta detalladamente la evolución de la atención médica en la ciudad de Cuenca.

La nacionalidad de los turistas extranjeros que visitaron el MHM se presenta en la siguiente tabla.

**Turistas extranjeros del Museo Historia de la Medicina
Guillermo Aguilar Maldonado**

Año 2016

Nº.	Países	%
1.	Estados Unidos	27,24%
2.	Alemania	9,31%
3.	Francia	9,31%
4.	Canadá	8,97%
5.	Perú	6,21%
6.	Colombia	5,86%
7.	España	4,14%
8.	Chile	3,45%
9.	Australia	3,10%
10.	Holanda	3,10%
11.	Bélgica	2,76%
12.	Rusia	2,76%
13.	Suiza	2,76%
Otros		12,03%
Total		100,00%

Fuente: Registro de Visitas, Museo Historia de la Medicina

Guillermo Aguilar Maldonado

Elaboración: Los Autores

2. El museo espacio para la conservación

Los resultados obtenidos del análisis del libro de visitas del MCA y del MHM ratifican una de las funciones que se atribuyen a los museos de acuerdo a la definición del International Council of Museums (2010) cuando indica que el museo “conserva, estudia, expone y transmite el patrimonio material e inmaterial (...) con fines de educación y deleite” (p. 52).

Precisamente, un primer aspecto que se destaca en las apreciaciones de los turistas extranjeros es el reconocimiento de que las muestras perennizan la cultura ecuatoriana. Al mismo tiempo destacan que el hecho de constatar una preocupación a favor de la conservación denota valores positivos en la sociedad que procede de esta forma. Vale advertir que el sentido de patrimonio que aquí se encuentra implícito, es el que concibe al mismo como “transmisión de mensajes culturales vía objetos, unos objetos (objetos grandes o pequeños, trazas, ruinas objetos muebles o inmuebles...) que hacen de verdaderos mensajeros de cultura, así como permanentes testimonios de hechos de civilización” (Ballart y Juan i Tresserras, 2011, p. 13).

El espacio arquitectónico en el caso de los dos museos también es destacado por los turistas extranjeros quienes expresan su agradecimiento por la preservación del edificio. En el caso del MHM es apreciado como una reliquia, valorado como hermoso y calificado como bien mantenido. Adicionalmente se considera que ha llegado a atrapar el tiempo y que se puede disfrutar la historia, la medicina, la naturaleza, y la arquitectura en el mismo lugar.

En este último caso también resulta particularmente significativo constatar la impresión de una turista francesa que expresa orgullo y placer al constatar en la colección del museo objetos que le permiten apreciar que Francia y Ecuador comparten la ciencia en un momento dado de la historia.

En el MHM los turistas extranjeros indican que se constata la evolución de la medicina y valoran la labor realizada por los próceres del área de la salud. Una reflexión que se suscita en este orden de ideas resalta que la muestra permite apreciar cómo en un tiempo relativamente corto la medicina ha logrado un gran avance y cuánto puede lograr aún. Otras impresiones consideran lo propio al sacar de la visita la conclusión de que el conocimiento del pasado de la medicina permite imaginar su futuro. La tradicional visión de la historia como un constante desarrollo hacia el futuro es la conclusión que sacan los visitantes al observar los avances tecnológicos en el área médica.

Los criterios de los turistas extranjeros en cuanto al MCA son muy positivos. Las colecciones son consideradas como magníficas en su campo. El primer aspecto que se destaca es su contribución a mantener viva la memoria y a conocer el desarrollo de las culturas de Ecuador de una manera muy ilustrativa. En términos similares se valora al MHM por el trabajo realizado a favor de conservar la historia de la medicina en Cuenca para las nuevas generaciones.

3. Museos y conocimiento

Como indican acertadamente Orduna y Urpi (2010) el turista trata “de disfrutar del tiempo libre acercándose a una identidad cultural, un lugar, una historia, un pueblo o un monumento para aprender algo de ella, aspirando a su enriquecimiento personal” (párr. 31).

Los testimonios presentes en los libros de visita tanto del MCA como del MHM evidencian que el afán del turista por aprender de la cultura que visita está presente y que el mismo fue satisfecho. En los dos museos se cumplieron las expectativas de los visitantes ya que concluyeron que fueron realmente educativas.

En el caso del MCA el conocimiento obtenido por los turistas extranjeros, de acuerdo a su testimonio, indica que la información recibida fue muy interesante, y consideran que

aprendieron mucho sobre las diferentes culturas que vivieron en el actual territorio ecuatoriano. Por su parte, la visita al MHM también presenta resultados positivos puesto que se indica que resultó muy interesante, ya que presentó mucha información sobre la carrera de medicina y su evolución.

Lo más importante a destacar es la *trascendencia* del conocimiento adquirido por los turistas, en cuanto a superar estereotipos sobre un país, y a ampliar su información ya que el conocimiento de otra cultura muchas veces se reduce a aspectos de ella o a pequeñas partes de su historia. Así por ejemplo, tenemos que el pasado precolombino del Ecuador se reduce para muchos visitantes extranjeros al relativamente corto período inca.

En relación a este último caso los testimonios de los turistas extranjeros indican que la visita al MCA ayuda a las generaciones presentes y futuras a conocer las verdaderas raíces del país ya que presenta las culturas que habitaron el Ecuador por el espacio de 15.000 años antes de la llegada de los incas y los españoles.

Resulta particularmente significativo el criterio de un grupo de turistas extranjeros que manifiestan que antes de su visita al MCA no tenían idea del desarrollo de las culturas del Ecuador antes de los incas. De acuerdo a otro comentario, la visita queda como un hito ya que constituyó la primera experiencia de conocimiento de la antiguas civilizaciones que poblaron el territorio ecuatoriano. Por lo anotado la información presentada mejoró la cultura histórica de los visitantes sobre el pasado precolombino del Ecuador.

De acuerdo a Maceira, (2008) en el museo hay lugar para el “asombro, la sorpresa, la espontaneidad, así como (...) hay cabida para juicios estéticos, apreciaciones subjetivas o comentarios de diversa índole que no necesariamente tienen que ser verdaderos o correctos, donde la certeza sobre lo que se reconoce puede depender en gran medida de lo que se mira” (p. 10).

Testimonios sobre el MHM corroboran la afirmación anterior ya que manifiestan que al entrar en él los visitantes experimentan la sensación de transportarse a otra época. Otra impresión indica que el museo brinda una excelente oportunidad para conocer un determinado tipo de historia y apreciar los avances médicos actuales. Adicionalmente, resultó interesante conocer como curaban a las personas en épocas pasadas.

De los testimonios de los turistas extranjeros, un elemento final a destacar es que en ellos se declara que lo más significativo de la experiencia fue conocer la cultura de Ecuador. Por tanto, se constata la potencia del museo como espacio de aprendizaje (Maceira, 2008).

Conclusiones

En este primer acercamiento a las impresiones que se formaron los turistas extranjeros en dos museos de la ciudad de Cuenca, Ecuador podemos constatar que:

La historia es vista desde la perspectiva de la conservación, destacan y agradecen los turistas, en los dos museos, el hecho de que mediante las colecciones se ha logrado que perdure la memoria para las nuevas generaciones. Por tanto se constata que predomina en el visitante la imagen del museo como un espacio para cuidar el patrimonio material.

El valor de conservar los objetos se justifica debido a que permite la constatación de los logros alcanzados por una cultura.

Un atractivo de los museos para los turistas en general tiene que ver con el uso de los objetos de la muestra como elementos para trasladar al visitante al pasado y reconstruirlo con su imaginación.

En el corto espacio de tiempo de la visita los turistas extranjeros declaran que la experiencia ha sido valiosa en cuanto a la información obtenida, la cual en algunos casos ha generado un conocimiento muy importante. De esta forma el museo se valida como atractivo turístico-cultural.

Referencias

Ballart Hernández, J. y Juan i Tresserras, J. (2011). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona, España: Ariel.

International Council of Museums. (2010) *Conceptos claves de Museología*. Recuperado de http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf

Maceira Ochoa, L. (mayo-agosto 2008). Los museos: espacios para la educación de personas jóvenes y adultas. *Decisio*, 20. Recuperado de <http://tumbi.crefal.edu.mx/decisio/images/pdf>

Orduña, G. y Urpí, C. Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. *Polis. Revista Latinoamericana*, 26. Recuperado de <https://polis.revues.org/102>

LOS CICLO PASEOS COMO ALTERNATIVA PARA REDESCUBRIR CENTROS HISTÓRICOS: ANÁLISIS DE LA REALIDAD DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL FRENTE A ESTA PROPUESTA

César Santana Moncayo, Mgs. –
Universidad Tecnológica ECOTEC – csantana@ecotec.edu.ec

Resumen

La ciudad de Guayaquil, Ecuador, es conocida sobre todo por su aspecto comercial, por encima del turístico. De hecho, arquitectónicamente hablando y salvo ciertas estructuras, la ciudad no destaca por poseer un centro histórico reconocido, tal como otras urbes del mismo país o Latinoamérica (Santana, 2015).

Sin embargo, ese centro histórico existe, clasificado e identificado por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal (o Municipio de Guayaquil), definido desde el punto de vista de recorridos por lugares históricos o museos, pero deja un poco de lado el uso del espacio público de la ciudad y la interacción entre habitante local, turista (nacional o extranjero), constituyéndose en una ciudad recomendable para su paseo, pero no para su profundización histórica – cultural.

El presente artículo busca analizar la propuesta de redescubrimiento de ese centro histórico, pero utilizando la bicicleta como herramienta de conocimiento y distracción, invitando a propios y extraños a apoderarse y respetar el espacio público de la ciudad, revisando si esta alternativa puede o no utilizarse en los actuales momentos, y cuáles son sus perspectivas de uso y desarrollo.

Palabras claves: Turismo, cultural, bicicleta, espacio, urbano, centro histórico.

1. ¿Qué es un centro histórico urbano?

Puede decirse que en el mundo y sobre todo en América Latina existe cierta paradoja de “conservar y desarrollarse” (Carrión, El gobierno de los centros históricos, 2000), lo que conllevaría a no definir exactamente que es un centro histórico y cual su importancia para el desarrollo cultural de una ciudad, un problema que ha existido desde el siglo XIX, cuando los cambios estructurales en las ciudades obligaban a preferir lo nuevo por encima del recuerdo histórico de alguno que otro edificio (Chateloin, 2008). Ya en el siglo XX, y con aportaciones de diferentes colectivos científicos e historiadores, se consolida la imagen del centro histórico urbano, como el sitio donde se encuentra el urbanismo más antiguo de las ciudades, unido con la imagen histórica de la misma, y que sirve como un referente para conocer más de cerca el desarrollo urbano.

Se suele emplear el concepto de “Centro Histórico” como referente a “patrimonio arquitectónico”, pero su concepción va mucho más allá: se puede referir a la zona más antigua de la ciudad, donde pueden observarse sus edificaciones más tradicionales; el sitio de su fundación; el centro de la ciudad tradicional (aunque geográficamente no lo sea más); y los espacios considerados como patrimonio de la ciudad, sobre todo –aunque no exclusivamente- los que conservan los monumentos más antiguos. (Chateloin, 2008).

Por supuesto, el centro histórico es un espacio público en la ciudad, es decir, es un espacio de todos y para todos los que circulen por la misma. Además de esta perspectiva, el centro histórico tiene un valor simbólico para los habitantes locales: se trata del espacio donde se puede expresar la ciudadanía, porque ella misma le da el sentido de pertenencia y de herencia ancestral. Como ejemplos en América Latina: los Zapatistas van de Chiapas hasta el Zócalo, o los ecuatorianos que se reúnen en la plaza de la Independencia en Quito (Carrión, Centro histórico: la polisemia del espacio público, 2008).

Para efectos del presente escrito, se toma como referencia lo escrito en la Carta del Restauro (1972), donde se indica que el centro histórico no son solo los centros tradicionales, sino todos los asentamientos humanos donde se observe o bien el pasado arquitectónico de las ciudades, o destaquen por su interés histórico, sean estos asentamientos unidades consolidadas o espacios fragmentados. También se indica que no necesariamente deben ser antiguos, ya que la arquitectura moderna también puede reflejar, en su modernidad, indicios culturales de interés para la población local, así como nuevas soluciones que impriman una marca diferenciadora en la ciudad. Por otro lado, también se considera el concepto emitido en el Coloquio de Quito (1977), donde se expuso que no solo debe recuperarse la historicidad de los centros urbanos, sino que debe buscarse un mejoramiento en la calidad de vida de las personas que lo habitan (Chateloin, 2008).

El concepto de centro histórico de este Coloquio fue expresado de la siguiente manera:

“Este coloquio define como Centros Históricos a todos aquellos asentamientos humanos vivos, fuertemente condicionados por una estructura física proveniente del pasado, reconocibles como representativos de la evolución de un pueblo. Como tales se comprenden tanto asentamientos que se mantienen íntegros desde aldeas a ciudades, como aquellos que a causa de su crecimiento, constituyen hoy parte de una estructura mayor. Los Centros Históricos, por sí mismos y por el acervo monumental que contienen, representan no solamente un incuestionable valor cultural sino también económico y social. Los Centros Históricos no sólo son patrimonio cultural de la humanidad sino que pertenecen en forma particular a todos aquellos sectores sociales que los habitan”. (UNESCO/PNUD, 1977)

Es necesario mencionar que los centros históricos que observamos en las ciudades no son los mismos en forma y en fondo: han sufrido diversas alteraciones, debido a diversos factores. Por ejemplo, en Europa, muchas ciudades tuvieron que ser reconstruidas luego de la Segunda Guerra Mundial, aunque algunos arquitectos y conocedores de temas históricos, consideraban que estas reconstrucciones fueron más dañinas que la misma guerra (Rodríguez Alomá, 2008). En América Latina, por el contrario, estos cambios sucedieron hacia los años 60 y 70's del siglo XX, donde muchas edificaciones antiguas e históricas fueron reemplazadas por edificios modernos, precisamente por necesidad de creación de nuevas viviendas. También ha ocurrido un abandono de este centro histórico tradicional: las familias que vivían en los mismos, poco a poco dejaron abandonadas sus casas para establecer su vivienda en sitios más alejados del “bullicioso y caótico centro”.

2. El centro urbano protector de la historicidad

En algunas ciudades latinoamericanas, el centro histórico se ha vuelto una mera referencia del pasado, dejando sólo edificios con cierto valor arquitectónico patrimonial, mientras que la destrucción de otros fue, en algunos casos, necesaria por el estado de vetustez de esas estructuras antiguas. Debido a este y otros factores, los centros históricos han sufrido –y siguen sufriendo– de un acelerado despoblamiento, como ya se mencionó en párrafos anteriores. En su lugar, en las ciudades se puede observar la existencia de edificios conservados, pero sin ningún tipo de utilización más allá de la mera monumentalidad. En este sentido, se pueden descubrir ciudades donde existe una “pluricentralidad”: en sus orígenes, el que actualmente se ha transformado en centro histórico, era el centro urbano y de servicios por excelencia (Coulomb Bosc & al., 2012) (donde se ubica el poder económico –bancos– eclesial –las catedrales principales– y el gobierno local –ayuntamiento), pero con el desarrollo de otros espacios de vivienda –las llamadas “urbanizaciones cerradas”, este centro fue decayendo, ya que la mayoría de los servicios deben estar ubicados donde la población se encuentre¹.

Sin embargo, y a pesar de los cambios acelerados que pueden existir en las ciudades, los centros históricos se convierten en referentes y protectores de las historias locales, de esta forma, el centro no sólo es un espacio público de posibilidades de uso limitado a museos o sitios culturales, sino que debe ser considerado en su justa dimensión sobre las historias que se tejan en él. En muchas ciudades, los centros históricos sólo son un nombre genérico, porque en los aspectos de arquitectura o monumentalidad no presentan rasgos de importancia; sin embargo, si contienen diferentes elementos que los pueden hacer únicos, pero por la tradición histórica que los ligue a las ciudades. En las siguientes partes de este artículo, se hará una referencia directa a Guayaquil y sus particularidades históricas –del porque la ciudad es como es y qué efectos se han suscitado en la misma hasta llegar al estado actual de conservación y uso–.

3. El centro histórico de Guayaquil: una mirada a la propuesta actual

En líneas anteriores se ha tratado de realizar una conceptualización del centro histórico. Por supuesto, es una tarea nada sencilla, ya que desde diferentes congresos y convenciones, los arquitectos y profesionales interesados y conocedores del tema patrimonial no han podido describir, en general, el concepto de centro histórico. Esto provoca que las ciudades, en algunos casos, desatiendan otros espacios urbanos, no necesariamente los centros tradicionales. En estos otros lugares se pueden encontrar también reseñas y tradiciones arquitectónicas, o parte de la historia misma de las ciudades.

En Guayaquil, Ecuador, la situación es similar y, de cierta forma, desalentadora: según información de diarios locales, si bien es cierto que se reconoce en la ciudad edificios de principios y mediados del siglo pasado que pueden contar su historia arquitectónica (tanto del

¹ En Guayaquil, por ejemplo, esta “pluricentralidad” empezó a ocurrir en la década de los 70’s, cuando se empezaron a crear las primeras soluciones habitacionales periféricas, aunque estas no se convirtieron en las primeras urbanizaciones cerradas. Algo interesante es que, si bien es cierto, tanto en el norte como en el sur de la ciudad empezaron estas primeras ciudadelas, es en el primero donde se pudo evidenciar la diversificación de servicios, de tal forma, que el primer centro comercial de la ciudad fue creado al norte de la misma en 1978, mientras que en el sur, los primeros de estos sitios fueron construidos hacia 2002 – 2003.

propio edificio como de la ciudad en sí) encontrándose hasta 521 edificaciones declaradas patrimonio de la nación por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) de Ecuador (Neumane, 2015); no es menos cierto que se han perdido varias de ellas. Hasta el año 1987, el número de casas inventariadas era de 600, de las cuales se han ido deteriorando y destruyendo algunas, hasta llegar al número de 521, a pesar de los esfuerzos del INPC para evitar esta situación. También el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Guayaquil (o Municipio de Guayaquil) tiene problemas administrativos para conseguir un verdadero rescate patrimonial, ya que tienen la competencia para hacerlo, pero no la oficina técnica para realizar el trabajo de inventariar y rescatar los bienes arquitectónicos patrimoniales (García, 2017).

A pesar de esta situación, el GAD Municipal de Guayaquil si ha definido su centro histórico, en los siguientes términos:

Centro Histórico # 1

Sitios	Elementos patrimoniales (esculturas o arquitectura)	Museos	Gastronomía	Actividades recreativas
Malecón Simón Bolívar	conjunto escultórico a lo largo de sus 2.5 km de extensión	Museo en Miniatura "Guayaquil en la Historia" ; Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC)	10 diferentes tipos de restaurantes con comida típica de la ciudad	Paseos por el río en lanchas y un barco que recrea los de los piratas del siglo XVII; Rueda Moscovita "La Perla", Bus Turístico; Cine "Cinema Malecón"
Cerro Santa Ana, el barrio Las Peñas y el Puerto Santa Ana	Dos estatuas representativas: Busto de Diego Noboa (ex presidente de la República) y "La Espada de Guayaquil"; Iglesia Santo Domingo (creada en 1538, reconstruida tal como está en la actualidad en 1938); Barrio Las Peñas, el más antiguo de la ciudad	Museo Naval el Fortín de Santa Ana; Museo de la Música; Museo de los Equipos de Fútbol de la ciudad; Museo de la Cerveza	Existen negocios de comidas y bares en el cerro Santa Ana.	Recorrido por el Barrio Las Peñas y subida por las escalinatas del cerro

Tabla 1: Centro Histórico # 1 de Guayaquil

Fuente: (Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP, 2015)

Centro Histórico # 2

Sitios	Elementos patrimoniales (esculturas o arquitectura)	Museos	Gastronomía	Actividades recreativas
Plaza de la Administración	Monumento a Antonio José de Sucre; Monumento "La Fragua de Vulcano"; Fuente de la Gloria y de la Paz; Palacio Municipal, Palacio de la Gobernación; Antiguo Hotel Crillon	Museo Nahim Isaías	Al menos unos 25 restaurantes y cafeterías ubicados en calles aledañas y cercanas de la plaza de la Administración	Caminatas, observación de monumentos
Centro tradicional de Guayaquil	Parque de las Iguanas o Seminario; Catedral Metropolitana; Avenida Nueve de Octubre (con varios edificios declarados patrimoniales); Plaza del Centenario	Museo Municipal; Museo Presley Norton; Museo Luis Noboa Naranjo	Más de 100 locales de comida, de diferente variedad y calidad	Caminatas, observación de monumentos
Cerro del Carmen	Monumento al Sagrado Corazón de Jesús	Ninguno	Al estar cerca de la zona anterior, presenta también una gran variedad de sitios de comida	Caminatas, observación de monumentos

Tabla 2: Centro Histórico de Guayaquil # 2

Fuente: (Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP, 2015)

Como puede observarse, la definición de centro histórico está supeditada, en la ciudad de Guayaquil, más que la historia en sí, a las esculturas (la mayoría colocadas a principios del siglo XX) y a su patrimonio arquitectónico. Hay una limitada oferta de actividades, aunque si existen guías especializados y cierta oferta de turismo cultural urbano.

En lo que corresponde a la centralidad histórica, también existe una ciclovía, la misma que es muy poco utilizada por habitantes locales, y mucho menos por turistas. Vale la pena, por tanto, dar uso a esta facilidad establecida –aunque tiene sus fallas de concepción y diseño- para la actividad turística, creando, de esta forma, un nuevo producto turístico cultural.

4. La bicicleta como modalidad del turismo urbano. Su situación en Ecuador

En el informe “El turismo urbano y las ciudades. La experiencia europea” (Organización Mundial del Turismo y Comisión Europea de Turismo, 2005), se presentan dos definiciones del turismo urbano, que se acogen también para el presente trabajo investigativo, la primera se refiere al movimiento de personas que se dirigen a atractivos culturales ubicados en ciudades diferentes a sus sitios de origen, con el fin de satisfacer las necesidades de culturas de los viajeros. La segunda se enfoca, de manera similar, por supuesto, en el tránsito y

desplazamiento de personas hacia atractivos culturales concretos, lugares de valor patrimonial, manifestaciones culturales, exposiciones de arte y teatro, de ciudades ubicadas en países donde normalmente no residen.

Desde estas perspectivas, el turismo urbano es netamente cultural, ya que las personas que viajan están buscando una nueva alternativa cultural, y un aumento en sus conocimientos, relacionados con todos los elementos culturales que puedan encontrarse en esta ciudad. Muy aparte, pero también importante, son otras modalidades de turismo donde pueden destacarse elementos propios de la cultura local, aunque no necesariamente son presentados dentro de la oferta turística tradicional; por ejemplo, lugares “ocultos” de las ciudades con alguna connotación que los caracteriza y que pueden ser de interés para cierto tipo de público.

Ahora bien, al ser la bicicleta un vehículo de transporte también relacionado al medio urbano, no es menos cierto que puede servir también como un apoyo al desarrollo turístico de las ciudades. Por supuesto, estas deben contar con ciclovías adecuadas para el traslado seguro, tanto de la población local como de los turistas que decidan utilizarla para conocer de manera más personalizada, las ciudades que están visitando.

El concepto de movilidad urbana sostenible, donde ingresa la bicicleta como un medio alternativo para el traslado, no está del todo afianzado en Ecuador. Es cierto que en este país existen colectivos ciudadanos que promueven el uso de este vehículo, pero sus esfuerzos aún no calan en la ciudadanía en general, a pesar que la bicicleta “...intenta integrarse (en Ecuador) como opción para circular por la ciudad, en un momento en el que las principales urbes del país atraviesan por etapas de saturación, congestión e ineficiencia operativa...” (Pinto, Fuentes, & Alcívar, 2015).

Ecuador, por lo tanto, está empezando a dar pasos para incentivar en la población el uso de la bicicleta, a ejemplo de otros países del mundo. El 9 de noviembre de 2012, la Asociación de Municipalidades del Ecuador, AME, firmó en la ciudad de Groninga, Holanda, un acuerdo de entendimiento para la masificación del uso de la bicicleta en el Ecuador.

De las ciudades ecuatorianas, Quito es la que inició en el 2003, los llamados ciclopaseos, que son eventos mensuales para el fomento del uso de la bicicleta por parte de la ciudadanía, utilizando para el efecto las calles de la capital del país, cerrándolas al tráfico. Este evento es dirigido por la ONG Ciclópolis, contratada por el Distrito Metropolitano de Quito para llevar a cabo, además, otros proyectos: Todas en Bici, Guaguas al Pedal, Copa Urbana, Al Trabajo en Bici, y Ciclopaseos del Ecuador.

Además de la iniciativa del ciclopaseo, Quito es pionera en el diseño e implementación de las ciclovías: espacios exclusivos para el uso de la bicicleta, planificándose alrededor de las calles actuales y de tal forma que no obstaculicen el normal flujo del tráfico, y más bien, se adapte al mismo.

Otras ciudades que están ingresando a esta tendencia son Guayaquil, Cuenca, Manta e Ibarra; lugares donde se han ido formando, en primera instancia, colectivos urbanos usuarios de bicicletas, y luego, ciclovías exclusivas para las mismas.

4.1. La situación del uso de la bicicleta en Guayaquil

“¿Andar en bicicleta en Guayaquil? Pero si hace calor, es peligroso... Ponerse al mando de un medio de transporte frágil, en una ciudad atestada de autos, buses, camiones y motos no parece una decisión inteligente.” (González, 2016)

Este es un fragmento de un artículo aparecido en uno de los diarios más populares e importantes para Guayaquil y parte del país. Entre otros datos –la mayoría positivos- se indica que utilizar la bicicleta es una forma de estar en contacto con la ciudad, sus características y costumbres, además de ser parte de la población que no desea contaminar la ciudad. Por supuesto, en el mencionado artículo se indica que los ciclistas utilizar varias calles –sobre todo las menos traficadas y no tan inseguras - para circular; sin embargo, no menciona la situación de las ciclovías identificadas y señalizadas en la ciudad.

Rutas para ciclistas

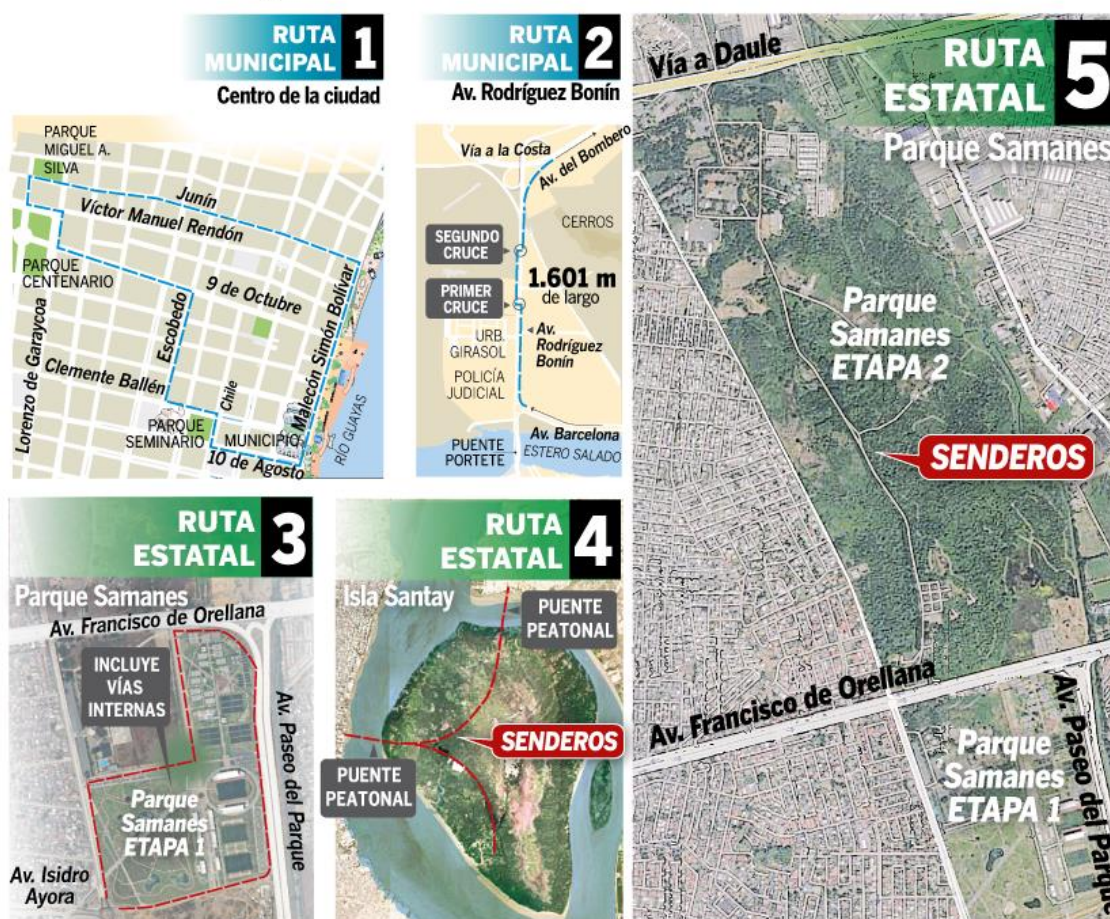


Gráfico 1: Ciclovías en Guayaquil

Fuente: (González, 2016)

De las ciclovías que pueden observarse en el gráfico, las estatales (es decir, las creadas por el estado a través del Ministerio del Ambiente, ya que atraviesan o son parte de áreas nacionales de recreación: la isla Santay, al sur y el parque Samanes al norte) son las que mejor funcionan

o prestan servicios sobre todo recreativos; mientras que las municipales tratan de ser de uso más general y para traslados, pero tienen algunos problemas en su diseño, ya que no están “adecuadamente completadas físicamente, ni oficialmente reguladas”, de acuerdo a palabras de Gino Mera, subdirector Proyectos Específicos de la Dirección de Urbanismo y Ordenamiento Territorial de la urbe (Diario El Universo, 2016).

A pesar de esta situación adversa, la ciclovía de la zona central de Guayaquil puede ser utilizada para la actividad de turismo cultural, ya que, por un lado se encuentra en el “centro histórico” de la ciudad, y permite la observación de la arquitectura de ciertos edificios, así como de cierta estatuaría.

5. Cicloturismo en Guayaquil en su centro histórico

Como se mencionó previamente, el recorrido de cicloturismo en Guayaquil es posible, a pesar de la deficiente ciclovía existente. En esta parte del presente artículo, se expondrá una descripción general de esta ruta, su función como circuito turístico, y una demarcación de los sitios de visita más importantes identificados a lo largo del recorrido, destacando también algunas dificultades encontradas personalmente por el autor de estas líneas en varios recorridos realizados en el presente año.

5.1. Descripción general de la ruta

La ruta abarca las calles Malecón Simón Bolívar, sigue hacia la izquierda en la calle Junín hasta el parque Medardo Ángel Silva, luego baja por las calles Pedro Moncayo y primero de mayo hacia el oeste pasando por la Plaza del Centenario, tomando la calle Escobedo para dirigirse hacia el Parque Seminario o de las Iguanas, tomando dirección hacia el Municipio de Guayaquil, volviendo a comenzar en el Malecón Simón Bolívar.

5.2. Ciclovía del centro de Guayaquil como circuito turístico

Como un circuito turístico, esta ciclovía si cumple con un recorrido que puede iniciar y finalizar en cualquier sitio de la misma. Entre varias características, es necesario mencionar que la ciclovía, tal como está diseñada en la actualidad, presenta varios puntos de interés turístico para la ciudad, de tal forma que puede convertirse fácilmente en un nuevo producto de turismo cultural, siempre y cuando se cumplan con condiciones mínimas de seguridad para los turistas que opten por este servicio.

Por otro lado, el recorrido permite el acceso de algunos museos e iglesias de gran valor arquitectónico y patrimonial de Guayaquil, lo que se traduce en una oportunidad para demostrar que la ciudad puede ser presentada como un icono del turismo cultural de Ecuador, con edificios construidos a principios y mediados del siglo XX, pero que guardan relación con el pasado arquitectónico urbano guayaquileño.

5.3. Breve inventario turístico de la ciclovía

Como se ha mencionado en párrafos anteriores, el recorrido puede iniciarse en cualquier parte de la ciclovía, pero para efectos del presente trabajo de investigación, se propondrá una ruta

específica, utilizando los atractivos encontrados: (Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP., 2015)

Salida: Malecón Simón Bolívar, a la altura de la Torre Morisca (avenida 10 de agosto). En este punto, además de la mencionada torre (construida entre 1930 y 1931), también se puede observar el Municipio de Guayaquil (construido entre 1924 y 1929), la antigua Gobernación del Guayas, hoy Universidad de las Artes (construido entre 1923 y 1924) y el Malecón propiamente dicho, que ha existido, con muchas variaciones en su arquitectura y función, junto con la ciudad prácticamente desde su fundación (1538, probablemente). Entre los edificios de la Municipalidad de Guayaquil y Gobernación del Guayas se encuentra la Plaza de la Administración, que posee: el Museo Nahím Isaís, el edificio Martín Avilés – antiguo Hotel Crillon, uno de los más lujosos de la ciudad, construido entre 1927 y 1930, la estatua a Antonio José de Sucre y “La Fragua de Vulcano”, uno de los monumentos más jóvenes de la ciudad (inaugurado en julio de 2005).

Calle Junín: Uno de los principales atractivos en esta parte del recorrido es la Basílica Menor de la Merced, construcción que data de entre 1934 y 1936, aunque su observación, por ubicación de la ciclovía, es de su parte trasera. Se hace necesario avanzar hacia el sur para poder observar su fachada e ingresar para revisar su altar mayor bellamente decorado.

Por la misma calle Junín se llega hasta el parque “Medardo Ángel Silva” llamado así en honor a uno de los más destacados poetas de Guayaquil (1898 – 1918). Al frente de este parque se encuentra la Iglesia y colegio San Agustín; la primera fue construida entre 1920 y 1926, también considerada como patrimonio arquitectónico de la ciudad.

Plaza del Centenario: La misma ciclovía lleva hacia esta muy conocida plaza de la ciudad, denominada “Del Centenario” porque fue inaugurada en 1920, año del centenario de la Independencia de Guayaquil. Dentro de la plaza existe una muy variada muestra escultórica, con estatuas relacionadas con el estilo neoclásico del siglo XIX.

Calle Escobedo y Nueve de Octubre: En esta parte de la ciudad es posible observar edificios construidos entre 1920 a 1930, con características arquitectónicas propias del neo clasicismo. Por otro lado, la avenida Nueve de Octubre fue considerada, hasta los años 80, como el verdadero centro comercial y social de la ciudad de Guayaquil.

Parque Seminario: Al continuar con el recorrido, se llega hacia el parque Seminario, llamado también parque Bolívar (por una estatua ecuestre de Simón Bolívar, héroe venezolano y Libertador de Ecuador colocada en 1889) o de las Iguanas (por la gran cantidad de estos reptiles que existen y que están muy acostumbrados a la presencia humana). Alrededor y muy cerca de este parque se observa: la Catedral Metropolitana San Pedro Apóstol, construida entre 1934 y 1956, de estilo neo gótico; Edificio de Diario El Telégrafo (fechado entre 1923 y 1924); la Biblioteca y Museo Municipal (ubicadas en el mismo sitio desde 1916, pero con cambios arquitectónicos muy radicales desde su construcción).

5.4. Dificultades encontradas en el recorrido

Para este recorrido ciclo turístico, una de las mayores dificultades es el tráfico: hay algunos sitios donde no es tan sencillo circular, ya que los conductores tanto de vehículos particulares

como buses urbanos, al no estar conscientes que la bicicleta es también un vehículo, no respetan los espacios ni permiten una circulación fluida de la misma. Muchas veces, los vehículos están aparcados encima de la propia ciclovía, lo que hace imposible su utilización. De esta forma, se anula cualquier tipo de interés por utilizar la ciclovía, sea como espacio de transportación como para la realización de recorridos turísticos.



Foto 1: Ciclovía de Guayaquil, cerca del Palacio Municipal (izq.) y la Torre Morisca con reloj público en el Malecón Simón Bolívar (al frente). Foto por el autor

Nótese en la foto que un vehículo está utilizando prácticamente la totalidad de la ciclovía, lo que impide una circulación normal de las bicicletas. En esta calle se podría iniciar los recorridos turísticos por el centro histórico de Guayaquil.

Otra dificultad encontrada es (y que también puede evidenciarse en la foto) es el ancho de la ciclovía, que apenas es de un metro, por lo que difícilmente puede circular más de una bicicleta al mismo tiempo.

Algunos usuarios de esta ciclovía han indicado sus contrariedades con respecto a la misma (Diario El Universo, 2016):

“El único día que la ciclovía del centro sirve para las bicicletas es el domingo por la mañana. El resto del tiempo, lo que más tiene la biciruta son carros. El tramo de 3,17 km ha perdido su trazo en ciertos tramos -sobre todo en la calle Junín-, y el hecho de que esté en el lado izquierdo de la calle (en el Malecón), lo que la hace poco funcional”

Por estos motivos, la ciclovía del centro de Guayaquil no aparece como un recorrido turístico válido y verificado en la oferta de turismo cultural de la ciudad. No existe, hasta el momento, ningún negocio de operación turística que ofrezca paseos en bicicleta por esta importante parte de la urbe, con lo que se pierde una oportunidad para presentar a la ciudad desde otra perspectiva.

6. Conclusiones

- a) El turismo urbano cultural, utilizando las bicicletas como un medio alternativo de transporte es una opción válida para dar a conocer los atractivos culturales de una

ciudad. No es descabellado pensar que el ciclopaseo patrimonial sea considerado como un producto y una modalidad turística emergente, sobre todo en países y ciudades donde el uso de la bicicleta es extendido.

- b) Las ciclovías y ciclorutas que puedan permitir el desarrollo de esta modalidad del turismo deben estar en excelente estado, y, si es su función la de ser parte de los atractivos turísticos de las ciudades, deben necesariamente integrarse al paisaje urbano y atravesar cerca o al pie de espacios reconocidos por su belleza arquitectónica o por su importancia cultural o patrimonial de las ciudades.
- c) En Ecuador, como pudo leerse en los párrafos anteriores, existe cierto interés por el desarrollo de los ciclopaseos como una forma de entretenimiento, más no se ha considerado la utilización de la bicicleta en su dimensión turística.
- d) Al igual que el resto del país, Guayaquil no escapa a la tendencia de utilizar la bicicleta como medio de transporte, aunque no como un producto turístico. A criterio del autor de estas líneas, muchos de los habitantes locales de Guayaquil considera que el uso de la bicicleta es propio de gente pobre, y que un auto (o cualquier vehículo motorizado) realmente da el estatus social adecuado. Por supuesto, para descubrir si este es un motivo válido, se hace necesario una investigación más profunda sobre el tema de la bicicleta y su uso social.
- e) En la misma ciudad existen al menos una veintena de colectivos ciudadanos que apoyan el uso de la bicicleta como medio de transporte, más que de recreación. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil está interesado en redactar ordenanzas relacionadas al tema, pero no solicita ayuda o argumentos a esos mismos colectivos ciudadanos –usuarios- de las bicicletas.
- f) La ciclovía creada en Guayaquil, misma que atraviesa su centro histórico es deficiente: su diseño es inadecuado, su anchura no permite un despliegue adecuado de grupos ciclistas y muy probablemente no pueda existir un guía ciclista (¿cicloguía?) que permita la interpretación de las características arquitectónicas de la ciudad.
- g) Finalmente, se hace urgente que los operadores turísticos se apropien del espacio de la ciclovía para crear un producto turístico innovador, que permita redescubrir el centro histórico de Guayaquil desde una perspectiva diferente, destacando que este conocimiento no solo debe ser para los turistas, sino también para los habitantes locales, generando empleos relacionados al turismo, además de un renovado orgullo e interés por lo local.

Referencias bibliográficas

Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP. (2015). *Guayaquil es mi destino*. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com>

Carrión, F. (2000). El gobierno de los centros históricos. En F. Carrión, *Desarrollo cultural y gestión de los centros históricos* (págs. 5-18). Quito: FLACSO, sede Ecuador.

- Carrión, F. (2008). Centro histórico: la polisemia del espacio público. *Centro-h Revista de la Organización Latinoamericana y del Caribe de Centros Históricos*, 89-96.
- Chateloin, F. (2008). EL CENTRO HISTÓRICO ¿CONCEPTO O CRITERIO EN DESARROLLO? *Arquitectura y Urbanismo*, XXIX, 10-23.
- Coulomb Bosc, R., & al., e. (2012). *Hábitat y centralidad en México: un desafío sustentable*. México, D.F.: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Diario El Universo. (15 de Abril de 2016). ¿Qué pasó con las ciclovías de Guayaquil? *Diario El Universo*.
- Diario El Universo. (24 de Julio de 2016). Las ciclovías en Guayaquil son ocupadas por otros usuarios. *Diario El Universo*.
- Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP. (2015). *Guayaquil es mi destino*. Obtenido de Centro Histórico 1: <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/recorridos-turisticos/centro-historico-guayaquil-1>
- Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP. (2015). *Guayaquil es mi destino*. Obtenido de Centro Histórico # 2: <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/recorridos-turisticos/centro-historico-guayaquil-2>
- García, A. (31 de Enero de 2017). Guayaquil pierde parte de su patrimonio. *El Comercio*.
- González, D. (24 de Julio de 2016). Es posible ser ciclista urbano en Guayaquil. *El Universo*.
- Neumane, S. (13 de Octubre de 2015). Guayaquil y su rica arquitectura patrimonial. *El Universo*.
- Organización Mundial del Turismo y Comisión Europea de Turismo. (2005). *El Turismo urbano y la cultura - La experiencia europea*. Madrid: Organización Mundial del Turismo y Comisión Europea de Turismo.
- Pinto, N., Fuentes, F., & Alcívar, D. (2015). *La situación de la bicicleta en Ecuador: avances y perspectivas*. Quito: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) Ecuador Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS).
- Rodríguez Alomá, P. (2008). El centro histórico: del concepto a la acción integral. *Centro-h*, 51-64.
- Santana, C. (2015). Guayaquil, ciudad de soportales: una reflexión acerca de su importancia y su uso actual. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 681- 695.
- UNESCO/PNUD. (1977). *Conclusiones del coloquio sobre la preservación de los centros históricos ante el crecimiento de las ciudades contemporáneas*. Quito: UNESCO/PNUD.

(Julio 2017)

GASTO INTERNO EN EL TURISMO EN COLOMBIA

Astrid León Camargo

Docente de la Universidad de los Llanos
e-mail:astridleonc@gmail.com

Resumen

En esta ponencia, se muestran la causas que influyen en el gasto del turismo interno en Colombia con base en la Encuesta de Gasto Interno de Turismo elaborado por el Departamento Nacional de Estadística (DANE). Las causas que más influyen es el motivo de viaje-recreación y visita a parientes o amigos, y se ubican de lejos el motivo de negocios, salud y educación. La ciudad que más atrae el turista colombiano es Bogotá y le siguen Medellín y Cali. Es decir, los turistas colombianos gastan principalmente en Bogotá por motivo de diversión o visita a parientes, información que contrasta con la creencia popular que las ciudades más turísticas son Cartagena, Santa Marta o San Andrés. Es recomendable que las autoridades locales intervengan para fortalecer las ciudades y demás regiones con la mejora de la infraestructura, para diversificar los destinos turísticos y generar una fuente alterna de ingresos.

Palabras claves: Turismo, gasto, recreación y encuesta.

CAUSAS DEL GASTO INTERNO EN EL TURISMO EN COLOMBIA

Se considera que en Colombia ha evolucionado favorablemente el turismo, dado el apoyo del gobierno a las instituciones relacionadas con el turismo. Las leyes y fomento a este sector surgen como reconocimiento a los ingresos que generan las visitas de turistas, dado el mayor gasto de quienes visitan las regiones. Países como Francia, España y Estados Unidos, entienden la importancia del turismo y favorecen plenamente el desarrollo de actividades relacionadas con el placer y bienestar del visitante, como el ecoturismo o turismo dirigido para conocer lugares emblemáticos. Por tanto, para impulsar el turismo y formular políticas públicas, el país comenzó a recoger información relacionada con el gasto en turismo.

Para “consolidar el sistema de estadísticas de turismo con el fin de disponer de información que permita el diseño eficiente de políticas, estrategias, planes y programas turísticos y fortalecer el proyecto de cuenta satélite de turismo de Colombia” (DANE, 2013), el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) realiza una Encuesta del Gasto de turismo Interno (EGTI). La EGTI informa sobre “el gasto en el que incurren las personas que se movilizan a lugares que se encuentran fuera de su entorno habitual, con fines recreativos o de

trabajo”, es decir, turismo realizado por habitantes de ciudades colombianas a otras ciudades colombianas. Los siguientes son los resultados de la EGTI entre los años 2014 y 2015.

La figura 1 muestra como es de esperarse, que la ciudad que más recibe gasto de turismo interno es Bogotá, la capital de Colombia, con 33% del gasto interno en Colombia, dado que la ciudad tiene una gran área metropolitana, y muchas poblaciones circundan el área, lo que favorece un numeroso tránsito entre las poblaciones en la periferia y la ciudad capital. Le siguen de lejos las ciudades de Medellín con 15%, y Cali con 10%, las cuales son la segunda y tercera ciudad con más población en Colombia respectivamente. Las ciudades con mayores áreas metropolitanas tienen el mayor gasto de turismo interno, porque reciben además de las poblaciones circundantes, turistas de otras ciudades.

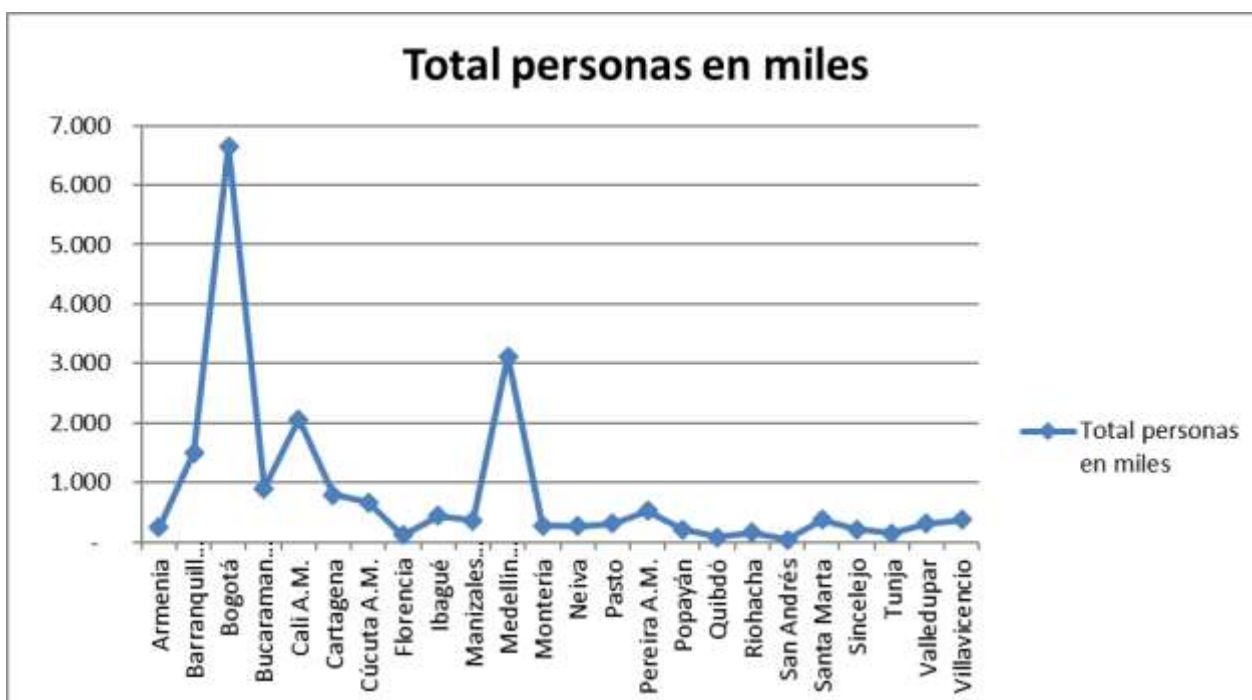


Figura 1. Total en miles de personas.

Fuente: DANE (2015). Encuesta del Gasto de Turismo Interno (EGTI)

La encuesta asocia el turismo con las motivaciones, y lo categoriza en turismo de trabajo, turismo de recreación-vacaciones y el turismo de visita a parientes. El turismo de educación y formación, y de salud y atención médica no son estadísticamente significativos. El turismo de trabajo según Chavarría (2012) “es un turismo de calidad, el turista tiene un gasto mucho más elevado, es más importante que el habitual, el turismo de negocios ayuda a la desestacionalización

que mejora la ocupación en temporadas bajas y elevan el gasto medio de los visitantes”.

En la figura 2 se observa que el gasto interno de turismo en trabajo se presenta mayoritariamente en Bogotá, con un 40%, número que supera la participación del PIB de Bogotá en Colombia con 25%, esto indica que la capital es ampliamente un destino favorito entre quienes se desplazan por cuestiones laborales, y vas más allá de la participación económica de la capital en el país, así, los beneficios que trae consigo el turismo de trabajo o negocios, irradian ampliamente la ciudad. Le sigue en importancia la ciudad de Cali y Medellín; la participación de Cali se origina por los eventos como congresos y foros que atraen a los empresarios.

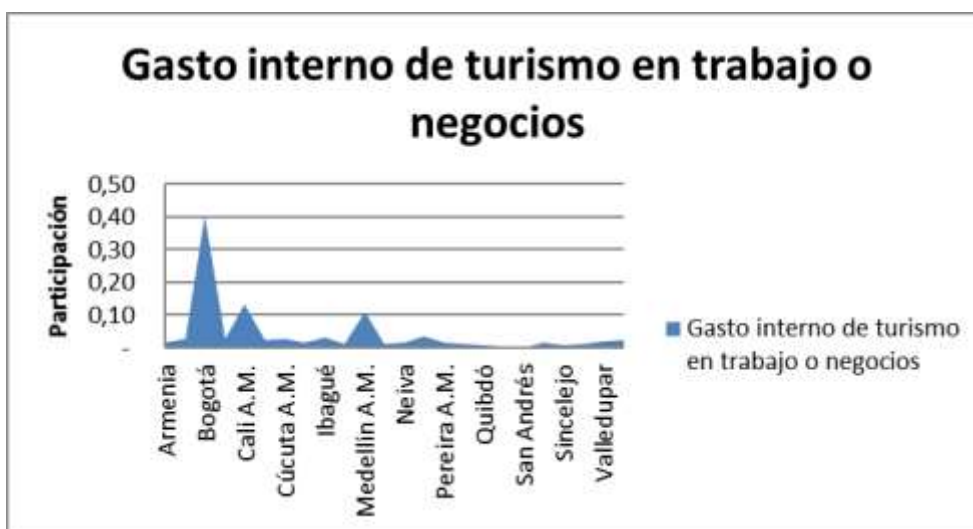


Figura 2. Gasto interno en turismo en trabajo o negocios
Fuente: DANE (2015). Encuesta del Gasto de Turismo Interno (EGTI)

El gasto interno del turismo por recreación es el más alto, la explicación es expuesta por Cerda y Leguizamón (2005), “el principal motivo de viaje de los colombianos es la recreación, el disfrute de las vacaciones y la visita a familiares o amigos. Esta característica nos indica, por un lado, una alta estacionalidad de los viajeros”. La ciudad de Bogotá es la más turística por motivos de recreación con un 49%, resultado sorprendente, porque las ciudades turísticas como Cartagena, Santa Marta o San Andrés, apenas tienen participación, o sea, que Bogotá se revela como la gran atracción turística para la población colombiana. Le sigue Medellín con 19% y Cali con 11%, en este punto, se cambia la composición, y esta vez, Medellín le saca ventaja a Cali (figura 3).

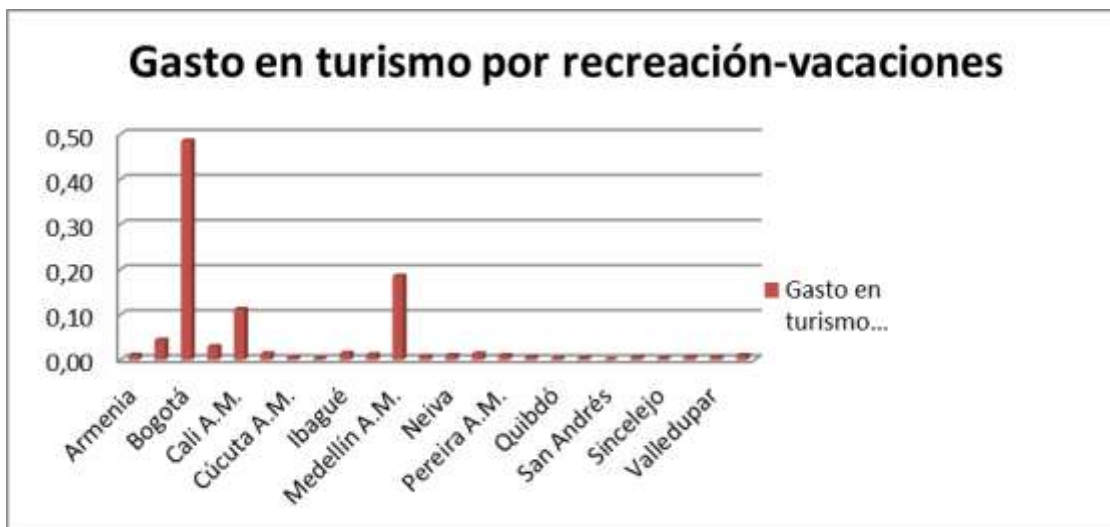


Figura 3. Gasto interno en turismo por recreación-vacaciones
Fuente: DANE (2015). Encuesta del Gasto de Turismo Interno (EGTI)

El gasto de turismo interno en visita a parientes o amigos es liderado por Bogotá con un 44%, le sigue Cali con 15% y Medellín con 7%. Es coherente con el tamaño de las ciudades grandes, y a diferencia de los otros motivos, influye menos en la dinámica hotelera, porque este tipo de visitante llega a la casa de familiares o amigos (Figura 4).

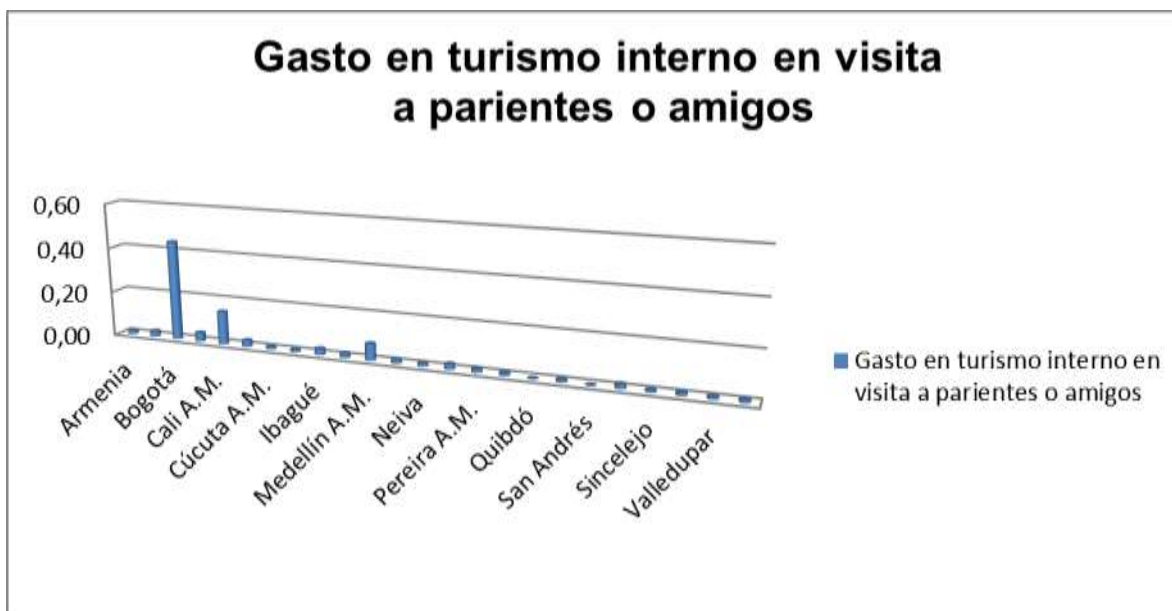


Figura 4. Gasto interno en turismo en vista a parientes o amigos.
Fuente: DANE (2015). Encuesta del Gasto de Turismo Interno (EGTI)

La figura 5 congrega las causas que dinamizan el turismo. Las dos causas más importantes que influyen en el turismo interno en Colombia son visita a parientes o amigos y recreación, y la tercera razón es trabajo o negocios. La salud y educación no es un motivo significativo para el turismo. Ahora es recomendable definir qué tipo de recreación prefieren los colombianos, dado que a su vez, las actividades recreativas se dividen en: “la labor creadora activa, el consumo cultural, ejercicios físicos, hobby, entretenimiento”. (Rodríguez, 2014).

En la capital está concentrado el turismo en Colombia, y es evidencia del centralismo del país. Es menester adelantar políticas que motiven a los viajeros colombianos a visitar a ciudades colombianas diferentes a Bogotá. Las políticas deben incluir publicidad que muestre los sitios turísticos de las ciudades y regiones del país, además de reforzar la construcción de vías que facilite el traslado a lo ancho del país. Los esfuerzos para fortalecer la infraestructura hotelera y ciudades más bellas, son otra apuesta importante para consolidar el turismo interno en las ciudades medianas y pequeñas en Colombia.



Figura 5. Motivo de viaje.

Fuente: DANE (2015). Encuesta del Gasto de Turismo Interno (EGTI)

En conclusión, los esfuerzos para apoyar el turismo deben continuar de parte de las autoridades públicas y privadas, para aprovechar y maximizar una industria creciente en Colombia y el mundo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CERDA, R y LEGUIZAMÓN, M. (2005). Análisis del comportamiento de la demanda turística urbana en Colombia. Revista de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Editorial de la Universidad Externado de Colombia.

CHAVARRÍA, A. (2012). Importancia del turismo en España. Organización de eventos. En: <http://blogs.salleurl.edu/organizacion-de-eventos/2011/02/15/importancia-del-turismo-de-negocios-en-espana/>

DANE (2013). Informe de encuesta de gasto de turismo. Bogotá. Pág. 4

DANE (2013). Encuesta de Gasto en Turismo Interno, 2014-2015.

RODRIGUEZ, M. (2014). La recreación desde diferentes perspectivas. En: <http://www.monografias.com/trabajos94/recreacion-diferentes-perspectivas/recreacion-diferentes-perspectivas.shtml>