

25
ANIVERSARIO

Estudios y Perspectivas en Turismo



Volumen 24

Número 1

2015

ISSN 1851-1732



CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS TURÍSTICOS

Estudios y Perspectivas en Turismo

Comité Editor

Editora en Jefe

• Regina G. Schlüter • Universidad Nacional de Quilmes - Argentina

Equipo Editorial

• Paula D'Urso • Universidad Nacional de Quilmes - Argentina

• Marcelo D. García • Universidad Nacional de Quilmes - Argentina

Comité Editorial

- Salvador Anton Clavé • Universidad Rovira I Virigili - España
- Stella Maris Arnaiz Burne • Universidad de Guadalajara - México
- Alfredo Ascanio • Universidad Simón Bolívar - Venezuela
- Margarita Barretto • Universidad Federal de Santa Catarina - Brasil
- Mario Carlos Beni • Universidad de San Pablo - Brasil
- Alicia Bernard • Universidad de Las Américas Puebla - México
- Rodolfo Bertoncello • Universidad de Buenos Aires - Argentina
- Juan Gabriel Brida • Free University of Bolzano - Italia
- Rossana Campodónico • Universidad de la República - Uruguay
- Alejandro Capanegra • Universidad de Buenos Aires - Argentina
- Alfredo César Dachary • Universidad de Guadalajara - México
- Mariano Chirivella Caballero • Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España
- Patricia Domínguez Silva • Universidad de las Américas Puebla - México
- Ana María Dupey • Universidad de Buenos Aires - Argentina
- Erdogan Ekiz • King Abdulaziz University - Arabia Saudita
- Cayetano Espejo Marín • Universidad de Murcia - España
- Sérgio Ferreira Lopes • Instituto Politécnico do Cávado e do Ave - Portugal
- José Manoel Gándara • Universidad Federal de Paraná - Brasil
- Luiz G. Godoi Trigo • Universidad de San Pablo - Brasil
- Margaret Hart • Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España
- Jafar Jafari • University of Wisconsin-Stout - EE.UU.
- Maximiliano Korstanje • Universidad de Palermo - Argentina
- Javier de León Ledesma • Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España
- Anaida Meléndez U. • Universidad del Zulia - Venezuela
- José Mondéjar Jiménez • Universidad Castilla La Mancha - España
- Juana Norrild • Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos - Argentina
- Simão Oliveira • Instituto Politécnico de Leiria - Portugal
- Maribel Osorio • Universidad Autónoma del Estado de México - México
- Alexandre Panosso Netto • Universidad de San Pablo - Brasil
- Douglas Pearce • Victoria University of Wellington - Nueva Zelanda
- Mirian Rejowski • Universidad Anhembi Morumbi - Brasil
- María Luisa Rendón • Universidad del Centro - Perú
- Doris Ruschmann • Universidad do Vale do Itajaí - Brasil
- Eros Salinas Chávez • Universidad de La Habana - Cuba
- Agustín Santana Talavera • Universidad de La Laguna - España
- Miguel Seguí Llinàs • Universidad de las Islas Baleares - España
- María Jesús Such Devesa • Universidad de Alcalá - España
- Pablo Szmulewicz Espinosa • Universidad Austral de Chile - Chile
- Alicia Tagliorette • Universidad Nacional de la Patagonia Austral - Argentina
- Jean Max Tavares • Pontificia Universidad Católica de Minas - Brasil
- Raúl Valdez • Universidad de las Américas Puebla - México
- Fernando Vera Rebollo • Universidad de Alicante - España
- Alejandro Villar • Universidad Nacional de Quilmes - Argentina
- Jorge Zamora • Universidad de Talca - Chile
- Sandra Zapata Aguirre • Universidad Colegio Mayor de Antioquía - Colombia

Estudios y Perspectivas en Turismo es una publicación con referato de aparición bimestral que analiza al turismo desde la óptica de las Ciencias Sociales y constituye un foro interdisciplinario para la expansión de las fronteras del conocimiento en la materia.

Los artículos son arbitrados anónimamente y lo expresado constituye la exclusiva responsabilidad de los autores. El equipo editorial toma todos los recaudos disponibles para asegurarse que el contenido de esta publicación sea correcto. Por lo tanto, no asume ninguna responsabilidad por las consecuencias derivadas de una interpretación no adecuada o que induzca al engaño.

Registro de la propiedad intelectual número 117307. Queda prohibida la reproducción y la transmisión total o parcial por cualquier sistema de recuperación o método - incluyendo el fotocopiado, la grabación o cualquier sistema de recuperación y almacenamiento de información - sin autorización escrita del editor según Ley 11.723.

Los lineamientos para la preparación de artículos se encuentran disponibles en www.cieturisticos.com.ar y en www.estudiosenturismo.com.ar donde se pueden descargar los volúmenes en formato PDF a partir del número 12.

Estudios y Perspectivas en Turismo se encuentra indizada en:

- C.I.R.E.T.
- Latindex
- Qualis
- SciELO
- Unired
- Redalyc
- EBSCO
- DIALNET
- Informe Académico y Academic OneFile

Ha sido incorporada al Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas por Resolución 1071/07 del CONICET y renovada por el período agosto 2010 - julio 2013, según nota del 24 de noviembre de 2010 de CAICYT - CONICET.

© Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos

© Regina Schlüter

CANJE Y SUSCRIPCIONES

Toda información relativa a suscripciones anteriores al Volumen 17 (año 2008) favor de dirigirse a Fernando García Cambeiro, Latin American Books & Serials: cambeiro@latbook.com.ar

Por cualquier otra información adicional dirigirse a:

Av. Libertador 774 · 6to "W" | Código Postal: C1001ABU - Buenos Aires - Argentina

Teléfono / fax: (5411) 4815-3222 | Email: cietcr@uolsinectis.com.ar

Sitios web: www.cieturisticos.com.ar | www.estudiosenturismo.com.ar

Lineamientos para la preparación de artículos

Disposiciones generales. Estudios y Perspectivas en Turismo considerará para su publicación artículos que versen sobre los variados aspectos del fenómeno turístico: económicos, sociológicos, geográficos, antropológicos, psicológicos, etc. Los artículos deben hacer referencia a investigaciones científicas, o ser notas de investigaciones o resúmenes de obras relevantes. No se aceptarán ensayos de opinión ni piezas retóricas.

Procedimientos. Los trabajos recibidos serán sometidos a arbitraje anónimo por lo cual todo elemento identificatorio deberá ser eliminado. Deberán estar acompañados de un archivo en el que consten los datos de filiación del/los autor(es) (brevísimos currículum, dirección postal y dirección electrónica). Asimismo, se requerirá de él/ los autor(es) la declaración de no haber remitido y el compromiso de no remitir dicho trabajo simultáneamente a otros medios para su publicación.

Los artículos serán publicados en español y la dirección de la revista que se reserva el derecho de realizar los ajustes gramaticales necesarios. En caso de considerarse la no publicación de un trabajo se notificará al/los autor(es) a la brevedad. No se devolverán los originales corregidos por los árbitros.

Forma de presentación. Los artículos deberán estar escritos en letra Arial 10, interlineado 1,5 y dejando 3cm en los 4 márgenes. Su extensión ideal es de 20 carillas incluyendo tablas, imágenes y otros elementos gráficos. En la redacción no se permitirá la utilización de la primera persona del singular ni del plural (yo o nosotros) sino las formas impersonales (por ejemplo: “se presume” o “se llegó a la conclusión”).

Los originales constarán de un título en español y un título en inglés y un resumen en los dos idiomas, cada uno de estos últimos con un máximo de 250 palabras incluyendo las palabras clave. Deberán tener introducción, marco teórico, metodología, resultados, una conclusión o comentario final y referencias (bibliográficas, hemerográficas, electrónicas). Los subtítulos no deberán estar numerados y no se aceptarán notas al pie de página. Si hubiere agradecimientos, éstos se incluirán antes de las referencias.

Las citas dentro del texto se individualizarán con el siguiente orden de datos: Autor, fecha: Página(s); por ejemplo (Schlüter, 2008: 143). Los gráficos, tablas y mapas serán incluidos al final y numerados con números arábigos en orden progresivo haciendo una clara referencia en el texto al lugar donde deberán ser insertados.

Deberán estar hechos de manera tal que no requieran de ningún retoque posterior y ajustarse a las medidas de la página de Estudios y Perspectivas en Turismo. Se deberá citar la fuente debajo de cada uno, en Arial 9.

Con respecto a las referencias bibliográficas es indispensable que se consignen siguiendo el orden alfabético del apellido de los autores, año de edición, título completo, editorial, ciudad. Ejemplo: Schlüter, R. (2008) “Turismo. Una visión integradora”. Ciet, Buenos Aires

En el caso de revistas el orden de los datos es el siguiente: apellido y nombre del/los autor(es), año, título del artículo, nombre de la publicación de la que proviene, número del volumen, número de la revista entre paréntesis, numeración de las páginas que ocupa el artículo. Ejemplo:

César Dachary, A. & Arnaiz Burne, S. M. (2006) "El estudio del turismo ¿Un paradigma en formación?" Estudios y Perspectivas en Turismo 15(2): 179-192

Las referencias electrónicas deberán obedecer al mismo orden que las anteriores, colocando en seguida Disponible en: URL y día de consulta. Ejemplo:
Barretto, M. (2007) Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas. Col. Pasos Edita n°1. ACA/Pasos, El Sauzal, Tenerife. Disponible en:
<http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita1.pdf>

Las referencias de sitios de Internet deberán obedecer al formato URL + fecha de acceso. Por ejemplo: www.wto.org. Acceso el 17/06/2013

Los originales se enviarán por correo electrónico en formato Word al mail cietcr@uolsinectis.com.ar con copia a regina.cieturisticos@gmail.com

NO SE ACEPTARÁN TRABAJOS QUE NO SE AJUSTEN Estrictamente A ESTOS LINEAMIENTOS

INDICE**Análisis de los determinantes de una decisión de viajar de los senior****españoles..... 1***María de las Nieves Losada Sánchez, María Elisa Alén González y Trinidad Domínguez Vila***Turismo rural en el acoma de Villarica – Chile****Institucionalidad y emprendedores rurales 21***Alan Garin Contreras***Eventos culturales y motivaciones de los turistas****La fiesta de fin de año en Isla de Madeira - Portugal 40***Noémi Marujo***Gestión local de recursos de uso común en turismo****La perspectiva de Elinor Ostrom 56***Vladimir Fernandes de Santana, Joaquim Rubens Fontes Filho y Saulo Barroso Rocha***Políticas públicas de turismo en Brasil****Una evaluación en 65 municipios 76***Carlyle Tadeu Falcão de Oliveira, Deborah Moraes Zouain y Luiz Gustavo Medeiros Barbosa***Competencias directivas de gerentes de restaurantes turísticos****Un estudio en la ciudad de San Francisco de Campeche, México 96***Roger Manuel Patrón Cortés y Francisco Gerardo Barroso Tanoira***Impactos percibidos del turismo. Un estudio comparativo con residentes****y trabajadores del sector en Rio de Janeiro - Brasil 115***Simony Rodrigues Marins, Verônica Feder Mayer y Aguinaldo Cesar Fratucci*

**Las culturas de ordenamiento territorial como metodología de análisis
para estudios geográficos de turismo 135**

Larissa da Silva Ferreira Alves y Eustógio Wanderley Correia Dantas

**Factores que influyen en el apoyo que los residentes dan a los mega
eventos. Un estudio sobre la FIFA World Cup 2014 (Natal/RN – Brasil)..... 153**

Marcelo Chiarelli Milito, Sérgio Marques Juniro y Mauro Lemuel Alexandre

DOCUMENTOS ESPECIALES

Valoración económica ambiental en el turismo. Temas de debate 172

Marialva Tomio y Danielle Regina Ullrich

ANÁLISIS DE LOS DETERMINANTES DE LA DECISIÓN DE VIAJAR DE LOS SENIOR ESPAÑOLES

M^a Nieves Losada Sánchez*

M^a Elisa Alén González **

Trinidad Domínguez Vila ***

Universidad de Vigo, Ourense - España

Resumen: Los senior representan un mercado de especial relevancia para un gran número de industrias. Entre ellas destaca el sector turístico, por ser uno de los mayores beneficiarios de los cambios en los estilos de vida de la población mayor, actualmente más orientada al disfrute del tiempo libre que las generaciones anteriores y por tanto, más propensa al viaje. Este colectivo destaca por su enorme potencial, pero también por su heterogeneidad en lo que respecta a su condición de viajeros. En este contexto, el objetivo de este trabajo consiste en la identificación de las variables determinantes de la participación en viajes de las personas mayores de 55 años en España. Para identificar cuáles son las variables que determinan su tendencia al viaje se utilizó un análisis de regresión logística binaria. Los resultados revelan que, más allá de la renta y el tiempo disponible, la participación en viajes por parte de este segmento va a estar explicada por una serie de variables relacionadas con la edad interna/percibida del individuo, que es aquella que hace referencia a la etapa del ciclo de vida en la que se encuentra; el nivel sociocultural, que origina las diferencias entre las distintas cohortes generacionales, y ciertas variables subjetivas que suponen las principales barreras para el viaje de los senior y que denominamos factores auto-percibidos. Se extraen, además, una serie de implicaciones de gran relevancia para el sector turístico.

PALABRAS CLAVE: senior, propensión a viajar, ciclo de vida, comportamiento de compra, barreras para el viaje

Abstract: Analysis of the Factors Influencing the Travel Decision of Spanish Senior. The senior represent a market of particular relevance for a large number of industries. These include the tourism sector as one of the biggest beneficiaries of the changes in the lifestyles of the population, currently more geared to the enjoyment than previous generations and therefore more likely to travel. This group stands out for its enormous potential, but also by its heterogeneity with regard to their condition of travelers. In this context, the aim of this paper is to analysis the factors influencing the travel decision for people over 55 years in Spain. To identify the variables that determine their travel trend an analysis binary logistic regression was used. The results reveal that beyond income and time available, travelling will be explained by a set of personal variables, such as the internal or perceived age, the stage of the life cycle in which they are located, the sociocultural level, which causes the differences between the different generational cohorts, and certain subjective variables which

* Doctora en Planificación y Dirección de Turismo por la Universidad de Vigo (Ourense, España). Investigadora colaboradora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la misma institución. Su principal línea de investigación es turismo senior. E-mail: nieveslosada@uvigo.es

** Doctora en Empresariales por la Universidad de Vigo (Ourense, España). Profesora en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la misma institución. Su principal línea de investigación es el marketing turístico. E-mail: alen@uvigo.es

*** Doctora en Empresariales por la Universidad de Vigo (Ourense, España). Profesora del Área de Organización de Empresas de la misma institución. Su principal línea de investigación es marketing turístico. E-mail: trinidad@uvigo.es

represent the main barriers for the senior trip. Those are called self-perceived factors. Finally, it is shown that there are many managerial implications of great importance for the tourism sector.

KEYWORDS: *senior, travel decisions, life cycle, consumer behavior, barriers to travel.*

INTRODUCCION

El envejecimiento demográfico que está experimentando la población a nivel mundial es especialmente notorio en las regiones más desarrolladas. Aparece como consecuencia de la reducción en la tasa de natalidad y el aumento en la esperanza de vida de la población, y se ha convertido en el fenómeno demográfico más importante del s. XXI, hasta el punto de constituir una de las prioridades en las políticas gubernamentales de los países más desarrollados.

Europa es actualmente el continente más envejecido a nivel mundial, y particularmente España, el país dentro de ella donde este fenómeno es todavía más acusado (Bloom & Canning, 2006; Gil, 2004). Resulta de la interacción en el tiempo de dos fenómenos totalmente contrapuestos, el *baby boom* o explosión demográfica de los años 1960/1970 y el *baby bust* de los años 1980/1990. Bajo estas premisas se espera que para el año 2050 la edad mediana de la población europea se sitúe en torno a los 49 años, frente a los 36 años a nivel mundial, siendo España el país con mayor índice de envejecimiento del continente, donde para el año 2050 una de cada dos personas tendrá, al menos, 55 años (United Nations, 2002).

Los datos expuestos con anterioridad han contribuido durante estos últimos años a la proliferación de estudios que hacen hincapié en los costes y consecuencias económicas asociados al proceso de envejecimiento demográfico (Sánchez, 2000). Se trata de estudios basados en informes emitidos por organismos internacionales (p. ej. Comisión Europea, 2006 y OECD, 2005) y que suponen el origen de la reformulación de las políticas estrechamente relacionadas con este fenómeno demográfico por parte de los gobiernos de las regiones más desarrolladas, sobre todo en materia sanitaria y de pensiones (Bloom et al., 2010).

Sin embargo, se detecta una falta de estudios que abarquen este fenómeno desde el punto de vista del comportamiento del consumidor (Sánchez, 2000), sobre todo teniendo en cuenta el enorme potencial que representa la población mayor para una gran variedad de mercados, entre los que destaca el sector turístico (Anken et al., 2008; Dann, 2007; Faranda & Schmidt, 1999; Mahadevan, 2014; Prayag, 2012; Yeoman et al., 2013). Asimismo se evidencia falta de consistencia en los pocos trabajos existentes al respecto derivada de la dificultad de definir la edad de corte para el mercado de los mayores (Bone, 1991; Le Serre, 2008; Patterson, 2006).

En lo que a turismo se refiere, la Organización Mundial de Turismo (OMT) calcula que para el año 2050 la población de 60 años en adelante llegará a representar más de 2 mil millones de viajes

internacionales, frente a los 593 millones que supuso en 1999 (Patterson, 2006). En España, en el año 2010, el colectivo de 51 a 64 años fue el tercero en cuanto a frecuencia viajera, siendo los mayores de 64 años los que más gasto realizaron en viajes (IET, 2010a; IET, 2010b).

Así pues, el cambio demográfico va a provocar que el turismo senior sea considerado como uno de los mercados en mayor crecimiento y más importantes dentro de la industria turística, conformando este segmento el “motor del crecimiento” en turismo (Schröder & Widmann, 2007). En este sentido, son varios los autores que apuntan a las generaciones envejecidas del *baby boom* como uno de los mercados más relevantes en el ámbito turístico (Cooper et al., 2007; Glover & Prideaux, 2009; Ryan, 1995).

Tradicionalmente se ha considerado relevante a este colectivo para la industria turística por el tiempo libre del que disponen y su poder adquisitivo (Fleischer & Pizam, 2002). Se debe, por un lado, que el tiempo libre de los mayores ha ido de la mano del disfrute del mismo mediante actividades de turismo y ocio por una gran parte de éstos (Armada, 2002), demostrándose que existe una relación positiva entre el disfrute del tiempo de ocio y la satisfacción en la última etapa de la vida (Gibson, 2006). Por otro lado se considera que el poder adquisitivo de este colectivo es superior al de otros colectivos, como por ejemplo el de los jóvenes (Tréguer & Segati, 2005). Éstos mejoran su posición económica y su poder adquisitivo por motivos como la independencia económica de los hijos, la ausencia de hipotecas -o unas cuotas reducidas- y la disposición de ahorros o planes de pensiones privados además de la jubilación (Metz & Underwood, 2005; Oates et al., 1996; Reece, 2004).

Sin embargo, Faranda & Schmidt (1999) exponen que, a pesar de que los jubilados poseen más tiempo libre, la jubilación no determina la tendencia al viaje. En este sentido, hay que decir que las prácticas de ocio de los adultos que se encuentran en la etapa previa a la jubilación y de los jubilados no difieren sustancialmente en el tránsito de un estado a otro (Cuenca, 1995). Es más, en el último tercio de la vida, los patrones de consumo de viajes de los mayores suelen ser muy similares (Lohmann & Danielsson, 2001; Schröder & Widmann, 2007) y no suelen cambiar significativamente por factores como la jubilación (Blazey, 1992; Lohmann & Danielsson, 2001:357). Blazey (1992) y Romsa & Blenman (1989) señalan que la tendencia a la realización de viajes permanece prácticamente constante antes y después de la jubilación. Por su parte, Lohmann & Danielsson (2001), Oppermann (1995b), Schröder & Widmann (2007) y Zimmer et al. (1995) aseguran que existe una relación no lineal entre la edad y la tendencia al viaje de la población, aseveran que la tendencia al viaje se incrementa a partir de los 50 años y continúa prácticamente constante hasta los 75 años, cuando comienza a decaer, principalmente por motivos de salud.

Por otro lado hay que poner de manifiesto que la mayor parte de las iniciativas dirigidas a este colectivo forman parte de políticas de envejecimiento activo promovidas por el sector público, cuyo objetivo consiste en facilitar el acceso de los mayores a viajes mediante programas subvencionados. Tal es el caso de los programas de Vacaciones y Termalismo Social del IMSERSO en España, y a

nivel europeo el programa Europe Senior Tourism. Y es que, en España, se da por hecho que la “tercera edad” dispone de tiempo libre pero no goza de unas condiciones económicas o de salud óptimas, de ahí que la mayor parte de los viajes dirigidos a este colectivo hayan estado promovidos a través de políticas sociales (Álvarez, 1994).

Por tanto, y tal y como aseguran Faranda & Schmidt (1997:7), “el mercado maduro está lleno de contradicciones”, en el sentido de que lo que a priori consideramos como una fortaleza para el mercado turístico *senior* se convierte, en realidad, en una debilidad. De hecho, varios autores (Blazey, 1992; McGuire, 1984; VVAA en Nyaupane et al., 2008; Romsa & Blenman, 1989; Schröder & Widmann, 2007) señalan entre los principales impedimentos para viajar de los senior la falta de dinero y de tiempo, entre otros, demostrándose de este modo la gran heterogeneidad existente en el segmento de senior en su condición de viajeros en el sector turístico (Javalgi et al, 1992; Ryan & Trauer, 2005; Schröder & Widmann, 2007; Wu, 2003). Se considera que la forma de adaptarse a las distintas etapas del ciclo de vida, las características socioculturales de las distintas cohortes generacionales y la percepción de la salud, el estatus económico y el tiempo disponible van a influir en la decisión de viaje de este colectivo.

El objetivo de este estudio consiste en averiguar cuáles son las variables que influyen en la decisión de viajar de los senior españoles, dado el enorme potencial de este colectivo en la industria turística del país, en vista de las predicciones demográficas para los próximos años en España.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La literatura en materia de viajes y turismo pone de relieve que los ingresos discrecionales, es decir, aquella cantidad resultante después de que todos los gastos hayan sido satisfechos, y el tiempo libre, son los principales factores que intervienen en la demanda de viajes (Nyaupane et al., 2008). Sin embargo, existen muchos otros factores que determinan la participación en los viajes, entre ellos, el estado de salud, las responsabilidades familiares o, simplemente, la falta de interés por viajar.

Las tres dimensiones jerárquicas de las barreras de ocio de Crawford et al. (1991) constituyen el punto de partida de los estudios de ocio y turismo en cuanto a las barreras para participar en actividades de ocio o viajar. La primera dimensión, barreras estructurales, hace referencia a la falta de renta, tiempo o aquellas barreras relacionadas con el ciclo de vida familiar. La segunda, barreras intrapersonales, alude al estado psicológico del individuo o a su situación personal. Y la tercera, las interpersonales, es el resultado de la interacción con las barreras intrapersonales y hace referencia a la dificultad para encontrar compañeros de ocio. Estas tres dimensiones siguen una estructura jerárquica en función de su importancia sobre el comportamiento de ocio de los individuos, desde la más próxima -la dimensión intrapersonal- a la más lejana -la estructural-, teniendo que superarse en

primer lugar las barreras más inmediatas para poder llegar a superar las más distantes (Crawford et al., 1991).

En cuanto a las barreras de ocio de los senior, destacar entre los primeros estudios el de McGuire, que identifica como las principales barreras de ocio de este colectivo los recursos externos (p. ej. falta de información, la falta de dinero y falta de medio de transporte), los factores temporales (p. ej. falta de tiempo, necesidad de trabajar, interrupción de la rutina normal y demasiada carga de otras cosas), la desaprobación por parte de familia y amigos, la falta de compañía y aquellas relacionadas con la salud o la edad (McGuire, 1984; Zhang & Cui, 2013).

Entre las principales barreras que influyen en la decisión de viaje de los mayores destacan (Blazey, 1992; Romsa y Blenman, 1989; Schröder & Widmann, 2007): la salud, el estatus económico autopercebido y el tiempo disponible. Blazey (1992), además, relaciona la situación laboral de éstos con las barreras, argumentando que los que todavía están activos en el mercado de trabajo están más influenciados por las barreras de tipo económico y temporal que los que están jubilados; mientras que aquellos que ya están jubilados presentan mayores barreras para viajar relacionadas con la salud que los que no lo están.

ESTUDIOS EMPÍRICOS: PARTICIPACIÓN EN VIAJES POR PARTE DE LOS SENIOR

Los estudios empíricos existentes, en cuanto a la participación en viajes por parte de los senior, utilizan una serie de variables sociodemográficas (p. ej. edad, sexo, nivel educativo, nivel de ingresos, etc) así como variables subjetivas relacionadas con el estatus económico y la salud, con el objeto de discriminar entre los senior que viajan y los que no lo hacen (Tabla 1).

Tabla 1: Estudios empíricos: participación en viajes por parte de los senior

Autor (es)	Muestra	Método de análisis	Variables significativas
Zimmer et al. (1995)	Mayores de 65 años en adelante (Canadá)	Análisis discriminante	-Estado civil, propiedad de la vivienda, renta del hogar, edad, nivel educativo, estado de salud y características actitudinales
Fleischer y Pizam (2002)	Mayores de 55 años en adelante (Israel)	Análisis probit	-Salud y renta
Wu (2003)	Mayores de 60 años en adelante (Taiwan)	Regresión logística	-Edad y estatus económico autopercebido
Shim et al. (2005)	Mayores de 55 años en adelante (Estados Unidos)	Análisis de regresión múltiple	-Experiencia de viaje previa
Huh (2006)	Población de 18 años en adelante (Estados Unidos)	ANOVA y Test T	-Renta del hogar, lugar de residencia, tamaño del hogar y lugar de origen
Nyaupane et al. (2008)	Suscriptores de revistas de viajes (Estados Unidos)	Análisis de regresión logística	-Estado civil y renta
Chen y Wu (2009)	Mayores de 50 años en adelante (Taiwan)	Regresión logística	-Motivación, barreras personales, edad, estado civil, situación laboral y procedencia de la renta
Jang y Ham (2009)	Mayores de 50 años en adelante (Estados Unidos)	Análisis probit	-Edad, edad ² , estado civil, lugar de origen, tamaño del hogar, nivel educativo, región y renta del hogar

Fuente: Elaboración propia

El estudio llevado a cabo por Zimmer et al. (1995) supone el punto de partida de los estudios empíricos acerca de la participación en viajes por parte de los senior. Éstos, encontraron que los senior mayores de 65 años residentes en Manitoba (Canadá) con mayor tendencia a viajar fueron aquellos que estaban casados, propietarios de la vivienda, con un nivel de ingresos alto y un elevado nivel educativo.

Entre los estudios más recientes nos encontramos con los de Fleischer & Pizam (2002), Wu (2003), Shim et al. (2005), Nyaupane et al. (2008), Chen y Wu (2009) y Jang y Ham (2009). Esta serie de estudios se caracterizan por ampliar el rango de edad de los senior analizados, prestando especial atención a la generación del *baby boom*.

Fleischer & Pizam (2002) detectaron la existencia de una relación positiva entre la salud autopercebida y la renta de los senior israelíes mayores de 55 años con la probabilidad de viajar. Wu (2003), en un estudio realizado con la población mayor de 60 años en Taiwan, obtuvo que la tendencia al viaje disminuía con la edad y aumentaba a medida que el estatus económico autopercebido mejoraba. Shim et al. (2005) obtuvieron que la experiencia de viaje pasada de los mayores de 55 años en Estados Unidos guardaba una relación positiva con la intención de viaje. Nyaupane et al. (2008) obtuvieron que el estado civil y la renta determinaban la probabilidad de viaje de los residentes en Estados Unidos en función del grupo de edad de pertenencia. Chen & Wu (2009), que analizaron la intención de viaje de los mayores de 50 años en Taiwan, obtuvieron que aquellos que viajaron para socializarse y que presentaron barreras personales tuvieron menor propensión al viaje, mientras que los mayores de 60 años, independientes económicamente, jubilados y que viajaban motivados por conocer nuevos lugares o relajarse tuvieron una mayor propensión a viajar. Jang & Ham (2009), que analizaron la tendencia al viaje de los mayores en Estados Unidos, dividiéndolos en dos grupos, los *baby boomer* y los *senior*, obtuvieron que, para ambos grupos, el estar casado, contar con un nivel educativo superior y tener rentas altas, supuso una mayor probabilidad de viaje. En el caso de los *baby boomer*, cuyo cabeza de familia era de raza blanca, tuvieron una mayor probabilidad de viaje disminuyendo ésta a medida que aumentaba el tamaño del hogar. En cuanto a los *senior*, aquellos que vivían en regiones occidentales presentaron una mayor tendencia al viaje frente a los que residían en otras regiones. Además, estos autores ponen de manifiesto la existencia de una relación no lineal entre la edad y la tendencia al viaje, demostrando empíricamente las teorías anteriormente mencionadas al respecto de Lohmann & Danielsson (2001), Opperman (1995b), Schröder & Widmann (2007) y Zimmer et al. (1995). De este modo, obtuvieron que en un primer momento la tendencia a viajar de los individuos analizados decrece hasta los 58 años, cuando comienza a aumentar, tornándose de nuevo negativa a partir de los 74 años.

Finalmente, Huh (2006), que llevó a cabo un estudio longitudinal en Estados Unidos con la población mayor de 18 años, obteniendo resultados para los senior que merecen ser destacados. Concretamente, identificó que los individuos de raza blanca, residentes en el estado de Michigan y

con una renta familiar más elevada tenían mayor propensión a viajar, mientras que los hogares de gran tamaño mostraban una menor tendencia al viaje.

DISCUSIÓN TEÓRICA

Cooper et al. (2007) y Romsa & Blenman (1989) exponen que tanto la propensión a viajar como el tipo de experiencia turística van a estar determinadas por la edad interna del individuo, que es aquella que hace referencia a la etapa del ciclo de vida que ha alcanzado éste, definida por la edad cronológica, estructura del hogar y situación en el mercado de trabajo y que se encuentra controlada por la renta y el tiempo discrecional. De este modo, las barreras para viajar van a variar a lo largo del ciclo de vida, reflejando patrones de consumo turístico muy heterogéneos (Nyaupane et al., 2008; Le Serre & Chevalier, 2013).

Los estudios empíricos repasados anteriormente revelaron la existencia de relación entre las variables del ciclo de vida –edad, renta del hogar y composición del hogar (Chen & Wu, 2009; Fleischer & Pizam, 2002; Huh, 2006; Jang & Ham, 2009; Nyaupane et al., 2008; Zimmer et al., 1995)– y la propensión al viaje de éstos.

A este respecto, afirmar que son varios los autores que utilizan esta herramienta, el ciclo de vida/la etapa del ciclo de vida, para caracterizar la demanda turística (Bojanic, 1992; Cosenza & Davis, 1981; Fodness, 1992; Hong et al., 2005; Pennington-Gray & Kerstetter, 2002; Sakai et al., 2000). Teniendo en cuenta que es durante la edad adulta, concretamente entre los 50 y los 60 años, cuando se experimentan los cambios más significativos relacionados con las etapas del ciclo de vida como la jubilación, emancipación de los hijos, pérdida del cónyuge o convertirse en abuelos (Moschis, 1992; Silvers, 1997), ésta parece la herramienta adecuada para el estudio del comportamiento turístico de los *senior*. Y es que a medida que la gente vive más años y está expuesta a un mayor número de cambios sociales (p. ej. el divorcio, segundas familias, mayor acceso a la educación, etc.) el curso de vida se vuelve menos lineal, por lo que la segmentación basada en la edad será un indicador menos útil de las necesidades del turista que aquella basada en la etapa de la vida (UNWTO, 2010).

Con todo, el ciclo de vida no va a captar los cambios en los patrones de comportamiento turístico que se originan en función de la cohorte generacional de pertenencia (March, 2000; Oppermann, 1995a; Zimmerman, 1982), variable que tiene una especial relevancia en el ámbito de la investigación del comportamiento turístico de los mayores (Chen, 2009; Huh, 2006; Jang & Ham, 2009; Sakai et al., 2000; You & O'Leary, 2000).

La mayor parte de los estudios que utilizan la cohorte generacional para caracterizar a los mayores en el ámbito turístico distinguen entre los *baby boomer* y los *senior*, considerando que la pertenencia a una u otra cohorte determinará su comportamiento turístico (Chen, 2009; Jang & Ham,

2009). Sin embargo, los estudios que utilizan la cohorte generacional para segmentar a los mayores el mercado turístico no devuelven resultados significativos (Chen, 2009, Huh, 2006; Jang & Ham, 2009; Sakai et al., 2000; You & O'Leary, 2000).

Indagando en los factores que originan las diferencias entre las cohortes y que son susceptibles de incidir en el comportamiento turístico de los mayores, se considera que aquellas variables relacionadas con el nivel sociocultural del individuo como la experiencia de viaje previa, la ocupación, el nivel educativo o el poder adquisitivo –determinado por la procedencia de la renta y la propiedad de la vivienda–, son las variables más adecuadas para medir las diferencias en el comportamiento turístico de los mayores entre las distintas cohortes generacionales.

Así, variables como la experiencia de viaje pasada, nivel educativo, procedencia de la renta y propiedad de la vivienda determinan, según Chen & Wu (2009), Jang & Ham (2009), Shim et al. (2005) y Zimmer et al. (1995), la tendencia al viaje de los senior.

Finalmente, destacar que los factores autopercebidos –salud y estatus económico–, que varían a lo largo del ciclo de vida del individuo, también guardan relación con la tendencia al viaje de los senior, tal y como lo demuestran los estudios de Fleischer & Pizam (2002), Wu (2003) y Zimmer et al. (1995), anteriormente mencionados.

De este modo, se considera que la participación en viajes por parte de los *senior* españoles va a estar influenciada por las variables que conforman el ciclo de vida del individuo, las variables relacionadas con su nivel sociocultural, susceptibles de originar las diferencias entre las distintas cohortes generacionales y la autopercepción de tres variables subjetivas íntimamente ligadas a la etapa del ciclo de vida en la que se encuentran éstos, la salud, la renta y el tiempo disponible, denominadas factores autopercebidos.

METODOLOGIA

MÉTODO DE MUESTREO Y OBTENCIÓN DE LOS DATOS

Para la obtención de los datos, se recurrió a la entrevista telefónica realizada a los mayores de 55 años residentes en España. La edad de corte se decidió, fundamentalmente, en base a que por un lado, es la edad media utilizada en los estudios que versan sobre mayores y turismo, tal y como quedó de manifiesto en el marco teórico de esta investigación y, por otro, tal y como argumentan Plog (2005), Prideaux et al. (2001) y Ramos (2005), será la generación del *baby boom*, que a día de hoy en España ronda los 55 años de edad, la que va a introducir profundos cambios en la composición de los mercados en general y, según Cooper et al. (2007), en el mercado turístico en particular.

En España los mayores de 55 años en el año 2010 suponían el 27,6 % de la población, 12.990.731 personas (INE, 2010) y, de éstos, un 44,19 % realizó al menos un viaje con pernoctación en el destino durante ese mismo año (IET, 2010a).

Con la finalidad de conseguir los datos necesarios para la contrastación de las hipótesis de la investigación se optó por un muestreo probabilístico en dos etapas. En una primera etapa se dividió a la población objetivo en subpoblaciones –conglomerados– en función del área geográfica de residencia, concretamente por provincias. A partir del número de mayores de 55 años por provincias y el total de viajeros mayores de 55 años por CCAA se calculó el número de viajeros por provincias. Posteriormente, se procedió a calcular el tamaño muestral por provincias proporcional al número de viajeros.

Finalmente, se obtuvieron un total de 620 cuestionarios. Una vez eliminados aquellos que presentaban incoherencias, datos atípicos o una gran cantidad de casillas vacías, esta cifra se redujo a 602 cuestionarios válidos, que fueron los utilizados para el análisis estadístico (ver Tabla 2).

Tabla 2: Ficha técnica

Universo	Españoles de 55 años o más, con residencia en territorio nacional
Ámbito geográfico	Nacional, 17 CCAA –excepto Ceuta y Melilla–
Tamaño muestral	602 cuestionarios válidos
Error muestral	±4%. Máxima diferencia relativa 9,01%
Nivel de confianza	95% $z=1,96$ proporción verdadera=0,44
Diseño muestral	Muestreo bietápico por conglomerados

Fuente: Elaboración propia

TÉCNICA DE ANÁLISIS DE DATOS

Para el análisis de los datos se llevó a cabo una regresión logística binaria. La regresión logística binaria se utiliza para predecir la presencia o ausencia de una característica o resultado según los valores de un conjunto de variables predictoras cuando la variable dependiente es dicotómica y las variables independientes son continuas y/o categóricas (Cea, 2002).

Se trata de comprobar la probabilidad de ocurrencia de un evento a partir de la observación de una serie de variables independientes. Para su interpretación se utiliza el *odds ratio* –exp (B)– que representa la probabilidad de que se presente un evento respecto a la probabilidad de que no ocurra. Un odds próximo a 1 indica que las dos probabilidades, de ocurrencia y no ocurrencia de un evento son iguales (o casi iguales); si *odds* >1 existe más probabilidad de que el evento ocurra que de su no ocurrencia, y; si *odds* <1 la probabilidad de que el evento ocurra es menor que de su no ocurrencia. El porcentaje de probabilidad de ocurrencia de la variable dependiente ante el aumento en una unidad de la variable independiente se podría calcular como (Cea, 2002): $(e^B - 1) \times 100$

Tabla 3 – Variables y medidas

Variable dependiente	
Tendencia al viaje	Sí o No: 1 si viajaron durante el último año, 0 en caso contrario
Variables independientes	
Edad	Edad en años
Edad²	Edad en años al cuadrado
Sexo	1 si es hombre, 0 en caso contrario (0 es el grupo de referencia)
Nivel de ingresos (€/año)	
Menos de 8000	1 si los ingresos son menores de 8000 €/año, 0 en caso contrario
Entre 8000-12000	1 si los ingresos están entre los 8000-12000 €/año, 0 en caso contrario
Entre 12001-16000	1 si los ingresos están entre los 12001-16000 €/año, 0 en caso contrario
Entre 16001-20000	1 si los ingresos están entre los 16001-20000 €/año, 0 en caso contrario
Entre 20001-24000	1 si los ingresos están entre los 20001-24000 €/año, 0 en caso contrario
(Más de 24000)	(grupo de referencia)
Estatus laboral	
Jubilado	1 si está jubilado, 0 en caso contrario
Desempleado	1 si está desempleado, 0 en caso contrario
Inactivo/Ama de casa	1 si es inactivo/ama de casa, 0 en caso contrario
Trabajador por cuenta ajena	1 si es trabajador por cuenta ajena, 0 en caso contrario
Empresario/Autónomo	1 si es empresario/Autónomo, 0 en caso contrario
Funcionario	(grupo de referencia)
Tipo de hogar	
Unipersonal	1 si hogar unipersonal, 0 en caso contrario
Nuclear	1 si hogar nuclear, 0 en caso contrario
Nuclear con hijos y/o otros	1 si hogar nuclear con hijos y/o otros, 0 en caso contrario
Monoparental/Otros	(grupo de referencia)
Tamaño del hogar	Número de miembros en el hogar
Nº de miembros dptes. Ecmte	Número de miembros en el hogar dependientes ecmte del entrevistado
Experiencia de viaje previa	
Ninguna	1 si ninguna experiencia de viaje, 0 en caso contrario
Poca	1 si poca experiencia de viaje, 0 en caso contrario
Mucha	(grupo de referencia)
Nivel educativo	
Sin estudios (no lee/escribe)	1 si sin estudios (no lee/escribe), 0 en caso contrario
Sin estudios (lee/escribe)	1 si sin estudios (lee/escribe), 0 en caso contrario
Ed. Primaria/Escuela	1 si Ed. Primaria/Escuela, 0 en caso contrario
Ed. Secundaria/Bachiller/FP	1 si Ed. Secundaria/Bachiller/FP, 0 en caso contrario
Título Universitario	(grupo de referencia)
Procedencia de los ingresos	
Trabajo	1 si ingresos procedentes del trabajo, 0 en caso contrario (0 grupo de referencia)
Pensión	1 si ingresos procedentes de pensión, 0 en caso contrario (0 grupo de referencia)
Ahorros/Inversiones	1 si ingresos procedentes de Ah./Inv., 0 en caso contrario (0 grupo de referencia)
Otros (fam., org. públicos)	1 si ingresos procedentes de Otros, 0 en caso contrario (0 grupo de referencia)
Propiedad de la vivienda	1 si propietario de la vivienda, 0 en caso contrario (0 grupo de referencia)
Salud autopercebida	Salud autopercebida, escala de 1, muy mala a 5, excelente
Estatus económico autopercebido	Estatus económico autopercebido, escala de 1, muy difícil a 5, muy abundante
Tiempo disponible autopercebido	Tiempo disponible autopercebido, escala de 1, ninguno a 5, mucho

Fuente: Elaboración propia

La bondad de ajuste del modelo de regresión logística se estimó utilizando el R^2 de Nagelkerke en lugar del R^2 de Cox y Snell ya que, el primero de ellos cubre el rango de 0 a 1, mientras que para el segundo, el valor máximo teórico que puede tomar el R^2 puede ser menor que 1.

En la tabla 3, se muestran las variables utilizadas en el análisis y su nivel de medida. Las variables independientes fueron las que conforman el ciclo de vida –edad, edad², sexo, ingresos, estatus laboral, tipo de hogar, tamaño del hogar y número de miembros dependientes económicamente–, el nivel sociocultural –experiencia de viaje pasada, nivel educativo, procedencia

de los ingresos y propiedad de la vivienda– y los factores autopercebidos –salud, estatus económico y tiempo disponible– y la variable dependiente fue la propensión al viaje durante el último año (No=0/Sí=1).

RESULTADOS

PERFIL DE LA MUESTRA

Como se desprende de la Tabla 4, del total de individuos entrevistados (n=602), casi un 60% (n=358) realizó al menos un viaje con pernoctación en el destino durante el último año. La edad media de los encuestados fue de 69,5 años. De éstos, la mayor parte fueron mujeres (62,3%). El nivel de ingresos de la muestra fue relativamente bajo, destacando las rentas menores de 8000 €/año (36,6%) y entre 8000-12000 €/año (22,7%). Además, la mayor parte de los encuestados fueron jubilados (64,6%).

En cuanto al tipo de hogar, destacaron los hogares compuestos por dos miembros y hogares nucleares (45,8%), sobre el resto. Con todo, la mayor parte de los encuestados eran independientes económicamente, siendo la media de los miembros dependientes económicamente del entrevistado de 0,3.

Destacar que algo más de la mitad aseguró tener mucha experiencia de viaje (54%) y que la mayor parte contaba con algún tipo de estudios, fundamentalmente estudios primarios (34,2%). Por otro lado, y acorde con la situación laboral del individuo, la mayor parte de los ingresos de la muestra fueron los procedentes de la pensión (69,6%). Con todo, destacar que un 10,8% de los encuestados aseguró tener ahorros o inversiones. Además, un 89,2% aseguraron tener en propiedad la vivienda principal.

Finalmente, destacar que la salud y el tiempo disponible autopercebido fueron los factores con mejor autopercepción, con un 3,7 y un 3,8 de media, respectivamente, mientras que la renta disponible no alcanzó el umbral de suficiente, quedándose en el 2,7 de media.

Tabla 4: Principales descriptivos

Variable	(%)	Media
Viajeros		
Sí	59,5%	
No	40,5%	
Edad		69,5
Sexo (ref. Mujer)	(62,3%)	
Hombre	37,7%	
Nivel de ingresos (ref. Más de 24000 €/año)	(13,8%)	
Menos de 8000 €/año	36,6%	
Entre 8000-12000 €/año	22,7%	
Entre 12001-16000 €/año	13,1%	
Entre 16001-20000 €/año	6,6%	
Entre 20001-24000 €/año	7,2%	
Estatus laboral (ref. Funcionario)	(3%)	
Jubilado	64,6%	
Desempleado	6,1%	
Inactivo/Ama de casa	13,1%	
Trabajador por cuenta ajena	9%	
Empresario/Autónomo	4,2%	
Tipo de hogar (Monoparental/Otros)	(11,8%)	
Unipersonal	22,5%	
Nuclear	45,8%	
Nuclear con hijos y/o otros	19,9%	
Tamaño del hogar		2,1
Número de miembros dptes. ecmt		0,3
Experiencia de viaje previa (ref. Mucha)	(54%)	
Ninguna	20,6%	
Poca	25,4%	
Nivel educativo (ref. Título Universitario)	(19,3%)	
Sin estudios (no lee/escribe)	4%	
Sin estudios (lee/escribe)	23,7%	
Ed. Primaria/Escuela	34,2%	
Ed. Secundaria/Bachiller/FP	18,8%	
Procedencia de los ingresos (%Sí)		
Trabajo (ref. No)	17,9%	
Pensión (ref. No)	69,6%	
Ahorros/Inversiones (ref. No)	10,8%	
Otros -familiares, org. públicos-. (ref. No)	12,3%	
Propiedad de la vivienda (ref. No)	(10,8%)	
Sí	89,2%	
Salud autopercebida		3,7
Estatus económico autopercebido		2,7
Tiempo disponible autopercebido		3,8

Fuente: Elaboración propia

REGRESIÓN LOGÍSTICA BINARIA

La Tabla 5 muestra que las variables que actúan como predictoras en el modelo de regresión logística binaria explican un 68% de la variación en la tendencia al viaje de los senior de 55 años en adelante en España (R^2 de Nagelkerke=0,680) y clasifican de forma correcta el 85,8% de los casos.

Las variables que resultaron ser significativas en el modelo fueron la edad² ($p=0,005$); ingresos menores a 8000 €/año ($p=0,001$), entre 12001 y 16000 €/año ($p=0,046$) y entre 16001 y 20000 €/año

($p=0,034$); ninguna ($p=0,000$) y poca ($p=0,000$) experiencia de viaje; ingresos procedentes de ahorros/inversiones ($p=0,016$); salud autopercebida ($p=0,000$) y tiempo disponible autopercebido ($p=0,028$).

En primer lugar, se aprecia que, a partir de una cierta edad, la probabilidad de viaje se reduce exponencialmente a medida que el individuo envejece, siendo ésta para el primer año un 3,2% menor ($\exp(B)=0,968$). Esta tendencia viene determinada por el término cuadrático de la edad, al que denominamos edad^2 .

Tabla 5: Regresión logística binaria (método por pasos hacia delante Wald)

Variable independiente	B	Wald	p	Exp (B)
Constante	1,332	1,362	0,243	3,790
Edad ²	-0,033	7,885	0,005	0,968
Ingresos (ref. Más 24000 €/año)		20,200	0,001	
Menos 8000 €/año	-2,231	11,824	0,001	0,107
Entre 8000 y 12000 €/año	-0,964	2,209	0,137	0,381
Entre 12001 y 16000 €/año	-1,371	3,979	0,046	0,254
Entre 16001 y 20000 €/año	-1,596	4,497	0,034	0,203
Entre 20001 y 24000 €/año	-0,886	1,147	0,284	0,412
Experiencia viaje (ref. Mucha)		98,978	0,000	
Ninguna	-4,098	79,882	0,000	0,017
Poca	-2,312	56,316	0,000	0,099
Ingresos procedentes de Ahorros/Inversiones (Ref. No)				
Sí	1,223	5,768	0,016	3,398
Salud autopercebida	0,661	17,478	0,000	1,937
Tiempo disponible autopercebido	0,283	4,823	0,028	1,327
-2 Log likelihood	345,504			
R² de Cox y Snell	0,506			
R² de Nagelkerke	0,680			
% casos bien clasificados	85,8%			

Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta al nivel de ingresos, el signo negativo en las categorías que resultaron significativas indica que los perceptores de ingresos de menos de 8000 €/año, entre 12001 y 16000 €/año y entre 16001 y 20000 €/año presentaron un 89,3% ($\exp(B)=0,107$), 74,6% ($\exp(B)=0,254$) y 79,7% ($\exp(B)=0,203$) menos de probabilidad de viajar, respectivamente, que aquellos con ingresos de más de 24000 €/año.

Por otro lado, aquellos con ninguna o poca experiencia de viaje presentaron un 98,3% ($\exp(B)=0,017$) y un 90,1% ($\exp(B)=0,099$) menos de probabilidades de viajar, respectivamente, que aquellos con una amplia experiencia de viaje en el pasado.

Además, en cuanto al poder adquisitivo de los individuos analizados, determinado por la propiedad de la vivienda y la procedencia de la renta, decir que, aquellos individuos con ahorros/inversiones presentaron un 239,8% de probabilidades más de viajar que los que no contaban con este tipo de ingresos.

Y, finalmente, en cuanto a los factores autopercebidos, señalar que, a medida que aumentaba en una unidad la salud autopercebida, la probabilidad de realizar algún viaje era un 93,7% mayor ($\exp(B)=1,937$); de igual modo, a medida que el estatus económico autopercebido se incrementaba en una unidad, aumentaba en un 32,7% ($\exp(B)=1,327$) la probabilidad de viajar entre los senior analizados.

CONCLUSIONES

En este estudio se demuestra que además de la edad, la tendencia al viaje de los *senior* viene determinada por otro tipo de variables relacionadas con la etapa del ciclo de vida en la que se encuentra el individuo, su nivel sociocultural y ciertos factores autopercebidos que incentivan/desincentivan el viaje, rechazando la idea de que se trata de un segmento de mercado homogéneo. En este sentido, señalar que la utilización de estas variables supone una aportación empírica a los pocos estudios existentes al respecto hasta el momento.

En relación a los resultados obtenidos hay que decir que, aquellos individuos con rentas altas, con una amplia experiencia de viaje, que cuentan con ahorros/inversiones además de la renta principal y con una buena percepción de su estado de salud y del tiempo disponible para viajar, presentaron una tendencia al viaje positiva. Sin embargo, esta tendencia se invierte a medida que el individuo envejece.

Así, a medida que se incrementa la edad de los individuos analizados, la probabilidad de viajar se reduce considerablemente, coincidiendo en este aspecto con lo obtenido por Jang & Ham (2009), Wu (2003) y Zimmer et al. (1995). Chen & Wu (2009) por su parte, establecen que los mayores de 60 años tienen mayor probabilidad de viajar que los de menor edad. Con todo, y a pesar de que no se ha podido demostrar la existencia de una relación no lineal entre la edad y la tendencia al viaje, ya que sólo una de las dos variables utilizadas para ello resultó significativa –edad²–, se puede decir que, al llegar a un cierto umbral de edad –Jang & Ham (2009) establecen este umbral en torno a los 74 años de edad–, la tendencia al viaje es menor, en línea con lo expuesto por Lohmann & Danielsson (2001), Opperman (1995b), Schröder & Widmann (2007) y Zimmer et al. (1995).

En cuanto al nivel de ingresos, son varios los autores que coinciden en señalar el nivel de ingresos de los mayores como una de las variables predictoras en lo que respecta a la tendencia al viaje. Concretamente, y coincidiendo con los resultados obtenidos en esta investigación, Fleischer & Pizam (2002), Huh (2006), Jang & Ham (2009), Nyaupane et al. (2008) y Zimmer et al. (1995) indican la existencia de una relación positiva entre el nivel de ingresos y la tendencia al viaje de los *senior*. De este modo, se puede hablar de una elasticidad-renta de la demanda de viajes positiva por parte del colectivo de los *senior*, tal y como adelantaba Huh (2006). Así, a medida que aumenta/disminuye la renta de los mayores de 55, permaneciendo el resto de factores constantes, aumenta/disminuye la probabilidad de viajar de éstos.

Con respecto a la experiencia de viaje previa, los *senior* con mayor experiencia de viaje, presentaron una mayor probabilidad de viajar que aquellos que contaban con ninguna o poca experiencia de viaje previa, acorde con los hallazgos de Shim et al. (2005). Además, Jang et al. (2003:89) establecen una relación entre los kilómetros que recorre una persona y su nivel cultural “viajar mil Li (lo que equivale a unas 311 millas) es igual que leer diez mil libros”. Se podría considerar entonces, que la experiencia de viaje previa y el nivel educativo son las variables que conforman el nivel cultural del individuo. A tenor de los resultados obtenidos, la experiencia de viaje previa de los *senior* analizados parece tener mayor peso en la tendencia al viaje de este colectivo que el nivel educativo. De este modo, la experiencia de viaje previa se torna en una variable más representativa del nivel cultural de los *senior* que su nivel de estudios, en lo relativo a la demanda de viajes por parte de este colectivo.

En lo que respecta a la procedencia de la renta, Chen & Wu (2009) indican que aquellos individuos cuyas rentas proceden del trabajo tienen una mayor tendencia al viaje que aquellos cuyas rentas proceden de la pensión, ahorros u otros familiares. En esta investigación, hay que tener en cuenta que las rentas procedentes de ahorros/inversiones complementan a otro tipo de ingresos, como la pensión o el salario –no son excluyentes como en el estudio de Chen & Wu (2009)–, generando un estatus económico autopercebido mayor, por lo que cabría decir, entonces, que un mayor poder adquisitivo del individuo es el que determina una mayor tendencia al viaje, independientemente de donde proceda la renta principal.

Por otro lado, en cuanto a la salud autopercebida, los resultados obtenidos están en consonancia con los hallazgos de Fleischer & Pizam (2002) y Zimmer et al. (1995). Así, mientras Zimmer et al. (1995) aseguran que la probabilidad de viajar es menor a medida que el estado de salud autopercebido empeora, Fleischer & Pizam (2002) sostienen que existe una relación positiva entre el estado de salud autopercebido y la tendencia al viaje.

Y, finalmente, a pesar de no contar con evidencias empíricas previas al respecto, los resultados obtenidos permiten afirmar que a medida que los individuos perciben que disponen de más tiempo para viajar, la probabilidad de viaje se incrementa. En este sentido, los resultados ponen de manifiesto la existencia de una relación entre el tiempo disponible para viajar y la tendencia al viaje, reforzando de esta manera las teorías expuestas por Blazey (1992), McGuire (1984), VVAA en Nyaupane et al. (2008), Romsa & Blenman (1989), Schröder y Widmann (2007), quienes aseguraban que la falta de tiempo constituye uno de los principales impedimentos para viajar de los *senior*.

Una de las principales aportaciones de esta investigación gira en torno a la capacidad predictiva de las variables que conforman el ciclo de vida, aquellas que originan diferencias entre las distintas cohortes generacionales, relacionadas con el nivel sociocultural del individuo, y las principales barreras para el viaje de los *senior*, denominadas factores autopercebidos, en lo que respecta a la tendencia al viaje de este colectivo.

En cuanto a las principales implicaciones que se pueden extraer para el sector, en primer lugar hay que tener en cuenta la elasticidad-renta de la demanda turística en lo que respecta a la tendencia del viaje. Y es que, la continua pérdida de poder adquisitivo que se viene produciendo en los pensionistas españoles durante los últimos años, principalmente por la falta de adecuación de sus pensiones a las condiciones de vida actuales –como consecuencia de la no revalorización de sus pensiones conforme al IPC–, puede provocar una caída en la demanda de viajes por parte de este colectivo, sobre todo de aquellos con rentas más modestas y con menor capacidad para afrontar este tipo de gasto. Siendo la renta una de las variables que más incide en la propensión al viaje, se contemplan los viajes respaldados por el sector público en España, a los que hacíamos referencia al comienzo de esta investigación, como una forma de paliar la pérdida de poder adquisitivo de este colectivo, toda vez que éste recuperará con creces lo invertido, obteniendo además importantes beneficios económicos, tal y como se extrae del estudio realizado por Price Waterhouse et al. (1997). Por otro lado, dado que aquellos individuos que presentaron una mayor probabilidad de viaje fueron los senior con más experiencia de viaje, el sector debería por empeño en profundizar en el perfil de estos viajeros, concretamente desde el punto de vista de la satisfacción, dado que, parece probable que se trate de un segmento muy exigente dada su amplia experiencia de viaje.

Destacar además que esta investigación no está exenta de limitaciones. La primera de las limitaciones encontradas es de origen metodológico y se deriva del marco de muestreo utilizado para la obtención de los individuos a entrevistar. Y es que, a pesar de que la utilización de las bases de datos de teléfonos supone un método rápido y eficaz de cara a la identificación de la población meta, ésta también conlleva la desventaja de que no representa al 100% del público objetivo. Y es que, no todos los mayores de 55 años ó más residentes en España disponen de teléfono fijo y, entre los que sí que disponen de éste, no todos constan en la base de datos utilizada. Por otro lado, señalar que la capacidad predictiva de los estudios de tipo transversal, como este, es muy limitada, tal y como indica Wooldridge (2006), si bien este mismo autor señala que los datos de corte transversal son los más utilizados en economía y en otras ciencias sociales.

En relación a futuras líneas de investigación, se propone realizar un estudio longitudinal con las mismas variables utilizadas para esta investigación, con el objeto de salvar la principal limitación de los estudios transversales, en cuanto a la poca capacidad predictiva que éstos ofrecen, comentada anteriormente. Este tipo de enfoque, ha sido ya recomendado por otros autores (Huh, 2006; Wang, 2005) en el ámbito del comportamiento turístico de los senior por la capacidad que ofrecen éstos para captar los cambios relacionados con el comportamiento de viaje a lo largo del tiempo en el momento en que éstos se producen.

Agradecimientos: Este artículo se enmarca en una línea de investigación incluida como papel de trabajo de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial (<http://catedrafundacionarecesdc.uniovi.es>)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, A.** (1994) "El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas". Bosch, Barcelona
- Anken, A. K., Chaipooopirutana, S. & Combs, H.** (2008) "Psychographics and patronage behaviour of mature consumers in Thailand" *International Review of Business Papers*, 4 (1), 45-56
- Armandans, I.** (2002) Actividad de ocio-turístico y personas mayores: Análisis de diferencias psicosociales entre "viajeros" y "no viajeros". Tesis doctoral. Universidad de Barcelona, España.
- Bojanic, D. C.** (1992) "A look at a modernized family life cycle and overseas travel" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1 (1), 61-79
- Blazey, M. A.** (1992) "Travel and retirement status" *Annals of Tourism Research*, 19, 771-783.
- Bloom, D. & Canning, D.** (2006) "Booms, busts and echoes" *Finance & Development*, International Monetary Fund, 43(3), 8-13, september
- Bone, P.** (1991) "Identifying mature segments" *The Journal of Consumer Marketing*, 8 (4), 19-32
- Cea, M. A.** (2002) Análisis multivariable: teoría y práctica en la investigación social. Madrid: Síntesis
- Chen, H. W. J.** (2009) Baby boomers' and Seniors' Domestic Travel Motivations: An examination of citizens in Tainan, Taiwan. Master Thesis. University of Waterloo. Canada
- Chen, C. & Wu, C.** (2009) "How motivations, constraints, and demographic factors predict seniors' overseas travel propensity" *Asia Pacific Management Review*, 14 (3), 301-312
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S.** (2007) "El turismo: teoría y práctica". Síntesis, Madrid
- Comisión Europea** (2006) "The impact of ageing on public expenditure: projections for the EU25 Member States on pensions, health care, long term care, education and unemployment transfers (2004-2050)
- Cosenza, R. M. & Davis, D. L.** (1981) "Family vacation decision making over the family life cycle: a decision and influence structure analysis" *Journal of Travel Research*, 20 (2), 17-23.
- Crawford, D., Jackson, E. & Goodbey, G.** (1991) "A hierarchical model of leisure constraints" *Leisure Sciences*, 13, 309-320
- Cuenca, M.** (1995) "El tiempo libre y ocio en las personas mayores". En *Seniors Españoles para la Cooperación técnica*, (Eds.), Las actividades económicas de las personas mayores, (pp. 83-98) Madrid.
- Dann, S.** (2007) "Branded generations: baby boomers moving into the seniors market" *Journal of Product & Brand Management*, 16 (6), 429-431
- Faranda, W. T. & Schmidt, S. L.** (1999) "Segmentation and the senior traveler: Implications for today's and tomorrow's aging consumer" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8 (2), 3-27
- Fleischer, A. & Pizam, A.** (2002) "Tourism constraints among Israeli seniors" *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 106-123
- Fodness, D.** (1992) "The impact of family life cycle on the vacation decision-making process" *Journal of Travel Research*, 31 (2), 8-13
- Gibson, H. J.** (2006) "Leisure and later life: past, present and future" *Leisure Studies*, 25 (4), 397-401

- Gil, E.** (2004) "El «poder gris». Consecuencias culturales y políticas del envejecimiento de la población", *Consecuencias de la Evolución Demográfica en la Economía. Información Comercial Española*, ICE: Revista de Economía, 815, 219-230, mayo-junio
- Glover, P. & Prideaux, B.** (2009) "Implications of population ageing for the development of tourism products and destinations" *Journal of Vacation Marketing*, 15 (1), 25-37
- Hong, G. S., Fan, J. X., Palmer, L. & Bhargava, V.** (2005) "Leisure travel expenditure patterns by family life cycle stages" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 18 (2), 15-30
- Huh, C.** (2006) "A study of changes in patterns of travel behavior over time: a cohort analysis approach". Tesis Doctoral. Michigan State University. United States
- IET** (2010a) "Instituto de Estudios Turísticos. Encuesta de los Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)" Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Informe%20anual%20de%20Familitur.%20A%C3%B1o%202010.pdf>
- IET** (2010b) "Instituto de Estudios Turísticos. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur), Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur)" Disponible en: [http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20\(Frontur\)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20\(Egatur\)%202010.pdf](http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20(Frontur)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20(Egatur)%202010.pdf)
- INE** (2010) "INEbase. Demografía y población. Padrón. Población por municipios". Disponible en: <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&file=pcaxis&path=%2Ft20%2Fe245%2Fp04%2F%2Fa2010>
- Jang, S. (Shawn) & Ham, S.** (2009) "A double-hurdle analysis of travel expenditure: baby boomers seniors versus older seniors" *Tourism Management*, 30, 372-380
- Le Serre, D.** (2008) "Who is the senior consumer?", Disponible en: http://www.marketing-trends-congress.com/sites/default/files/papers/2008/2008_fr_LeSerre.pdf
- Le Serre, D. & Chevalier, C.** (2012): "Marketing travel services to senior consumers", *Journal of Consumer Marketing*, 29 (4), 262-270
- Lohmann, M. & Danielsson, J.** (2001) "Predicting travel patterns of senior citizens: How the past may provide a key to the future" *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 357-366
- Mahadevan, R.** (2014) "Understanding senior self-drive tourism in Australia using a contingency behavior model", *Journal of Travel Research*, 53 (2), 252-259.
- March, R.** (2000) "The Japanese travel life cycle" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9(1/2), 185-200
- McGuire, F. A.** (1984) "A factor analytic study of leisure constraints in advanced adulthood" *Leisure Sciences*, 6(3), 313-326
- Metz, D. & Underwood, M.** (2005) "Older, richer, fitter: identifying the customer needs of Britain's ageing population. Age Concern England, London
- Moschis, G. P.** (1992) "Marketing to older consumers: a handbook of information for strategy development. Quorum Books, Westport
- Nyaupane, G. P., McCabe, J. T. & Andereck, K. L.** (2008) "Seniors' travel constraints: stepwise logistic regression analysis" *Tourism Analysis*, 13 (4), 341-354

- Oates, B., Shufeldt, L. & Vaught, B.** (1996) "A psychographic study of the elderly and retail store attributes" *Journal of Consumer Marketing*, 13(6), 14-27.
- Oppermann, M.** (1995a) "Family life cycle and cohort effects: a study of travel patterns of German residents" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4 (1), 23-44
- Oppermann, M.** (1995b) "Travel life cycle" *Annals of Tourism Research*, 22 (3), 535-552
- Patterson, I.** (2006) *Growing older. Tourism and leisure behaviour of older adults*. Cabi, Cambridge
- Pennington-Gray, L. A. & Kerstetter, D. L.** (2002) "Testing a constraints model within the context of nature-based tourism" *Journal of Travel Research*, 40 (4), 416-423
- Plog, S. C.** (2005) Targeting segments: more important than ever in the travel industry. En W. F. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (3ª ed.), pp. 271-293. Butterworth-Heinemann, Boston
- Prayag, G.** (2012): "Senior travelers' motivations and future behavioral intentions: The case of nice", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29 (7), 665-681
- Price Waterhouse, Mundo Social, AECA, ZONTUR, ANET, EMER-GFK, IMSERSO** (1997) "Incidencia socioeconómica de los programas de vacaciones para mayores y termalismo social del IMSERSO". Instituto de Migraciones y Servicios Sociales, Madrid
- Prideaux, B., Wei, S. & Ruys, H.** (2001) "The senior drive tour market in Australia" *Journal of Vacation Marketing*, 7 (3), 209-219
- Ramos, I.** (2005) "El estilo de vida de las personas mayores y la comunicación publicitaria. Un análisis empírico". Tesis doctoral. Universidad de Alicante. España
- Reece, W. S.** (2004) "Are senior leisure travelers different?" *Journal of Travel Research*, 43, 11-18, august
- Romsa, G. & Blenman, M.** (1989) "Vacation patterns of the elderly German" *Annals of Tourism Research*, 16 (2), 178-188
- Ryan, C.** (1995) "Learning about tourists from conversations: the over-55s in Majorca" *Tourism Management*, 16(3), 207-215
- Ryan, C. & Trauer, B.** (2005) Aging populations: trends and the emergence of the nomad tourist. En W. F. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (3ª ed.), pp. 510-528. Butterworth-Heinemann, Boston
- Sakai, M., Brown, J. & Mak, J.** (2000) "Population aging and Japanese international travel in the 21st century" *Journal of Travel Research*, 38, 212-220
- Sánchez, P.** (2000) "Sociología de la vejez versus economía de la vejez" *Papers. Revista de Sociología*, 61, 39-88. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona
- Schröder, A. & Widmann, T.** (2007) "Demographic change and its impact on the travel industry: Oldies-nothing but goldies?" En R. Conrady & M. Buck (Eds.), *Trends and issues in Global Tourism*, (pp. 3-17) Springer, Berlín
- Shim, S., Gehert, K. C. & Siek, M.** (2005) "Attitude and behaviour regarding pleasure travel among mature consumers: a socialization perspective" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 18 (2), 69-81
- Silvers, C.** (1997) "Smashing old stereotypes of 50-plus America" *Journal of Consumer Marketing*, 14 (4), 303-309
- Wang, Y.** (2005) "An exploratory study of travel constructs in mature tourism". Tesis Doctoral. Clemson University. South Carolina. United States

- Wooldridge, J. M.** (2006) "Introducción a la econometría: un enfoque moderno". Thomson Learning, Madrid
- Wu, C. M. E.** (2003) "An exploratory study of Taiwanese seniors' travel motivations and travel behavior". Tesis Doctoral. Kansas State University. United States
- Yeoman, I., Schanzel, H. & Smith, K.** (2013) "A sclerosis of demography: How ageing populations lead to the incremental decline of New Zealand tourism" *Journal of Vacation Marketing*, 19 (2), 91-103
- You, X. & O'Leary, J. T.** (2000) "Age and cohort effects: an examination of older Japanese travelers" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9 (1/2), 21-42
- Zhang, Q. & Cui, L.** (2013): "Regional senior tourism marketing strategy research", *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 5 (11), 3087-3091
- Zimmer, Z., Brayley, R. E. & Searle, M. S.** (1995) "Whether to go and where to go: identification of important influences on seniors' decisions to travel" *Journal of Travel Research*, 33 (3), 3-10
- Zimmerman, C. A.** (1982) "The life cycle concept as a tool for travel research" *Transportation*, 11, 51-69

Recibido el 27 de enero de 2014

Reenviado el 05 de mayo de 2014

Aceptado el 11 de mayo de 2014

Arbitrado anónimamente

TURISMO RURAL EN EL ACOMUNA DE VILLARICA – CHILE**Institucionalidad y emprendedores rurales**

Alan Garín Contreras*
Universidad de la Frontera
Temuco, Chile

Resumen: 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 culturales, gastronómicos, históricos y paisajísticos que están a su disposición. Teniendo en consideración estas perspectivas, la investigación tuvo como objetivo analizar el rol de la institucionalidad pública, sus relaciones con los emprendedores locales, a la vez, caracterizar a los pequeños campesinos que realizan turismo rural, conocer su percepción sobre las instituciones y gobierno local, sus limitaciones y beneficios que tienen para realizar su actividad. Para esto se efectuaron entrevistas semiestructuradas a funcionarios públicos como también a los emprendedores turísticos los que fueron seleccionados a través de la técnica bola de nieve. Los principales resultados dan cuenta de la mala percepción que se tiene de la gestión pública, la que es considerada como limitante para el ejercicio de la actividad, de la existencia de normas que no son aplicables para el mundo rural. A la vez, a pesar del rol de los agentes públicos ellos consideran que realizar turismo rural les ha reportado un mejoramiento en la calidad de vida como también reforzar su identidad cultural.

PALABRAS CLAVE: turismo rural, emprendedores turísticos, institucionalidad pública, Villarica, Chile.

Abstract: Rural Tourism in Villarica's (Chile) Commune. Institutions and Rural Entrepreneurship. Rural tourism is an activity that is emerging as an engine for the development of rural communities which is a complement to their traditional productive activities allowing them to use the cultural, culinary, historic and scenic resources available. Based on this premises the research aimed to analyze the role of public institutions, their relationships with local entrepreneurs and in turn, characterize the small farmers engaged in rural tourism, know their perception of local government institutions and, the limitations and benefits that characterize their activity. For this semi-structured interviews were conducted with government officials as well as tourism entrepreneurs who were selected through the snowball technique. The main results show the bad perception people have of public management, which is considered as limiting the exercise of the activity, the existence of rules that are not applicable to the rural economy. However, despite the negative perception of the public officials, they consider that rural tourism has reported an improvement in their life quality as well as strengthen their cultural identity.

KEYWORDS: rural tourism, tourism entrepreneurs, public institutions, Villarica, Chile.

* Geógrafo, Magíster en Geografía. Académico del Departamento de Ciencias Sociales. Universidad de la Frontera, Temuco, Chile. Integrante del Centro de Investigaciones Territoriales. E-mail: alan.garin@ufrontera.cl.

INTRODUCCIÓN

Con la irrupción del proceso de globalización a mediados de la década de los años 1970, se comienzan a gestar nuevas formas de relaciones globales que no sólo abarcan los aspectos económicos, sino que también se extienden a los aspectos culturales y sociales. Estas transformaciones no involucran sólo a los territorios urbanos, sino que también alcanzan al mundo rural.

En los últimos cuarenta años el medio rural ha sido objeto de profundas transformaciones territoriales que han ido modificando el paisaje tradicional asociado a la agricultura y difuminando la relación dicotómica con respecto a la ciudad. En efecto, lo rural no es sinónimo de agrícola, ni tampoco es clara la oposición rural/urbano ya que debido a la incorporación de elementos urbanos como agua potable, electrificación, mejoramiento notable de la infraestructura caminera y, por lo tanto, una mayor densidad de medios transportes, asociado a la incorporación de funciones urbanas a los asentamientos rurales, los límites entre lo urbano /rural no son claramente reconocidos.

El campo ahora está siendo cuestionado como nunca antes por los problemas de la reestructuración agrícola, un continuo proceso de despoblamiento como la degradación del medio ambiente natural (Irshad, 2010)

En el ámbito productivo se ha incorporado con fuerza, a través de las políticas públicas, el objetivo de que los territorios sean competitivos y puedan insertarse en la economía global. Es en este ámbito donde se han generado las mayores transformaciones en el mundo rural. Han surgido nuevas actividades como la agroindustria, pisciculturas, la consolidación del sector forestal orientado a la exportación y el turismo, entre otras. Desde la estructura de la población económica activa se aprecia una mayor participación de la mujer como también una disminución de la población que trabaja en el sector agrícola. De esta manera, las transformaciones del mundo rural se pueden resumir en los siguientes aspectos:

- Los espacios rurales no pueden ser considerados en forma independiente, sino que se encuentran altamente interrelacionados con el mundo urbano a través de los movimientos migratorios de carácter temporal y permanente.
- Transformación de los actores sociales y su relación dentro de la estructura agraria.
- Con la incorporación de la tecnología al sector rural, sólo algunos productores pudieron adoptarlas y reunir los requisitos para una actividad competitiva generando paralelamente que muchos campesinos y pequeños productores han sido marginados del proceso de producción (Tapella, 2007).

- Reestructuración productiva que se orienta a los mercados de exportación y obtención de altas rentabilidades en el uso del suelo (Chonchol, 2001).
- Reconocimiento consensuado de las identidades étnicas, a través de la valorización de otras culturas y de los derechos humanos, lo cual a la vez, jerarquiza a las economías rurales como ámbito de origen y asentamiento de las mismas (Manzanal, 2006: 35).
- Se genera una multifuncionalidad de los espacios rurales. Es posible encontrar nuevas actividades como la agroindustria, el turismo y funciones residenciales.

Entre las nuevas actividades que surgen en el mundo rural, el turismo se ha constituido en un eje estratégico para el desarrollo de los territorios y que apunta al mejoramiento de la calidad de vida de su población. Esto se debe principalmente a que hay que buscar enfoques alternativos que permitan mitigar la disminución de los ingresos de fuentes tradicionales. Los turistas postmodernos son atraídos por los paisajes periféricos tanto costeros como de montaña (Cawley, 2008).

Los cambios en las zonas rurales han estado íntimamente ligados a la evolución tanto de las economías locales como globales, siendo el turismo uno de los medios relevantes para que los espacios rurales puedan adaptarse al nuevo entorno global y ser parte de una reestructuración económica que permita ampliar la base económica de los espacios rurales (Hall, s/f).

El turismo ha sido considerado como un catalizador eficaz del desarrollo socioeconómico rural y la regeneración de este. En toda Europa el turismo en particular ha sido ampliamente promovido y considerado como una forma de hacer frente a los desafíos sociales y económicos que enfrentan las zonas rurales periféricas, sobre todo los relacionados con el declive de las industrias agrarias tradicionales (Sharpley, 2002).

El turismo puede ser un importante factor de desarrollo económico. Siendo considerado a menudo como una alternativa a la industria en declinación. Este crea trabajos. Estimula el acercamiento hacia las regiones periféricas y contribuye a la preservación de la vida rural. Ha sido asociado a uno de los aspectos importantes que permiten corregir los problemas de desempleo y declinación de las áreas periféricas (Nash & Martin, 2003).

TURISMO RURAL

Conceptualmente no existe consenso sobre la definición de turismo rural. Esto tiene sus orígenes en el significado de lo rural. No existe una clara delimitación de lo que se considera como rural. En algunos países es una definición demográfica y en otras se consideran espacios urbanos que tienen claramente características y funciones rurales (Barke, 2004). A la vez, la dificultad también radica en

que no existe una definición universalmente aceptada. Algunos países usan tamaños demográficos diferentes o parámetros de distancia hacia los centros urbanos Hall, M. (s/f).

Esta ambigüedad en entender el significado de lo rural también se manifiesta en lo que es el turismo rural. Otro aspecto que ayuda a esta falta de consenso es que el turismo rural se caracteriza por su versatilidad y diversidad. Esto significa que se confunde con el ecoturismo, turismo verde o turismo de vida silvestre, agroturismo o turismo en casa del agricultor u otra actividad turística que se desarrolle en el medio rural (Lane, 1994; Bardón, 1990). Es un concepto amplio y difuso (Mediano & Vicente, 2002). Las definiciones varían de acuerdo a la opinión de los especialistas y a las diversas realidades de los países donde se desarrolla esta actividad. El concepto es utilizado para identificar diversas actividades en el mundo rural, situación que genera cierta ambigüedad cuando se aborda el tema (Román & Ciccolella, 2009).

Lane (1994) identifica cuatro criterios para clasificar el turismo rural: se debe realizar en zonas rurales, construido sobre las características particulares del mundo rural (espacio abierto como patrimonio rural entre otros), de pequeña escala y que represente el patrón complejo del mundo rural (medio ambiente, economía, historia y ubicación). Por su parte Irshad (2010) menciona que el turismo rural abarca una amplia gama de atracciones y actividades que tienen lugar en las zonas agrícolas o no urbanas. Sus características esenciales incluyen amplios espacios abiertos, bajos niveles de desarrollo turístico y oportunidades para que los visitantes experimenten directamente los entornos agrícolas y/o naturales incorporando prácticas tradicionales del medio rural. Es una actividad de múltiples facetas situada en un ambiente fuera de un área urbanizada y representa para los viajeros la esencia de la vida en el campo (Knowd, 2001). El turismo rural también incorpora el turismo no agrícola en las zonas rurales y comunidades, pero no incluye las actividades en áreas de recreación al aire libre como parques nacionales, bosques o áreas silvestres (Oppermann, 1996). Se realiza a pequeña escala, es un viaje sin pernoctación o con una pernoctación en una zona rural, ya sea agrícola o natural, que cuenta con baja densidad de población (Gilbert, 1992).

En el caso de España se entiende por turismo rural casi cualquier actividad turística y específicamente cualquier alojamiento que se desarrolle o esté situado en el medio rural, es decir, en cualquier lugar distinto a una ciudad o un núcleo turístico costero (Gil & Albarrelo 2008). Por su parte, en Chile es definido como aquella actividad turística desarrollada en un espacio rural por usuarios y/o potenciales usuarios de INDAP que tengan como soporte la explotación silvo-agropecuaria, el campo y los lugares conexos que ofrezca al cliente, compartir y experimentar la cultura y las tradiciones campesinas (INDAP, 2011).

No obstante la heterogeneidad que presenta el concepto de turismo rural, existe cierto consenso en la literatura sobre las ventajas y beneficios que entrega esta actividad. El turismo es considerado como un importante agente para el desarrollo rural, aporta a la recuperación económica y valorización del medio rural como a la conservación de los recursos, es un importante agente de cambio. Es

considerado un instrumento para el desarrollo económico y una alternativa a las actividades en declinación. Crea trabajos, estimula el acercamiento a las regiones periféricas y contribuyen a la preservación de la vida rural (Lane, 1994, Nash & Martin, 2003, Briedenhann & Wicken, 2004). Es una alternativa a los destinos de sol y playa, diversificando el turismo y rompiendo la estacionalidad (Briedenhann & Wicken, 2004). Por su parte, Hall, Roberts & Mitchell (2004) mencionan que ayuda al crecimiento económico, a la diversificación y estabilización del empleo, genera ingresos complementarios para quienes desarrollan actividades agrícolas, artesanales y de servicios, pone en valor los productos alimenticios como los edificios antiguos y abandonados, permite evaluar el patrimonio y sus símbolos, resaltar el medio ambiente y su identidad. Económicamente ofrece muchas oportunidades a las empresas familiares. Por su parte, Chuang (2013), señala que es una industria con ricas características locales y con tradiciones folklóricas únicas.

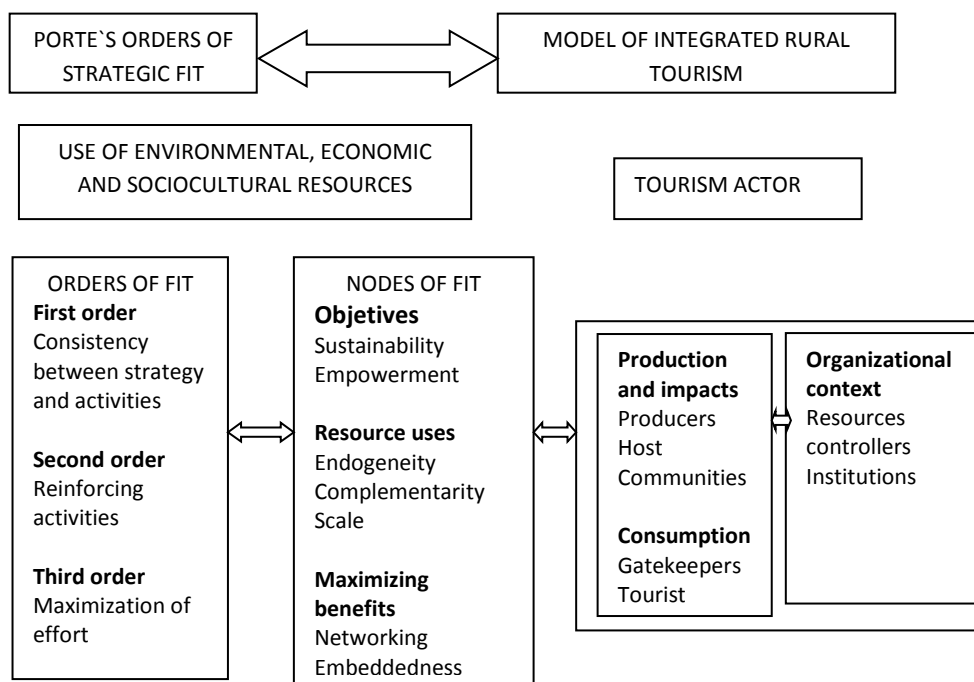
El turismo rural se ha ido transformando en una actividad importante para potenciar el desarrollo de las comunidades rurales. Esta importancia se da por la tendencia de la población que vive en las ciudades de buscar un acercamiento a la naturaleza, al excursionismo como al deporte al aire libre y en general al mundo rural (Constabel, Oyarzun & Szmulewicz, 2007).

Como se ha mencionado, el turismo rural presenta diversas facetas que lo hacen más complejo. De esta manera, con el objeto de lograr un adecuado aprovechamiento de los atractivos turísticos como también mantener la sustentabilidad de esta actividad, la investigación empieza a dar cuenta de la importancia de hacer una gestión integral de los recursos del territorio. Es así que surge el Turismo Rural Integrado, el que es definido como el turismo vinculado explícitamente a las estructuras económicas, sociales, culturales, naturales y humanos de las localidades en las que se desarrolla (Saxena & Ilbery, 2010).

Los elementos mencionados son interdependientes y dan cuenta de la multidimensionalidad del turismo rural. Esta interdependencia se debe orientar a promover el desarrollo del turismo basado en las fuerzas de los recursos locales, históricos y culturales como en la interrelación entre las personas y las redes de intercambio a fin de que las particularidades del destino sean capaces de competir a nivel mundial. Es en estas redes donde los dueños de los recursos y las empresas de turismo juegan un rol importante ya que proporcionan una combinación de servicios a los residentes y turistas lo que permite el fomento de los procesos de innovación y cambio. Por lo tanto, de acuerdo a lo indicado por Saxena (2008) la construcción de redes permite a los actores involucrados desarrollar en forma conjunta las tradiciones, celebraciones, formas de arte local, experiencias y un espíritu empresarial y de conocimiento. De esta manera la red permite entender las relaciones sociales dinámicas que forman los actores a objeto de alcanzar las metas relacionadas con la actividad turística. Se comparten recursos, se realizan acciones de cooperación mutua, se desarrolla una visión colectiva y permite movilizar recursos. Es importante mencionar que estas redes pueden incluir estructuras formales e informales.

Por su parte (Cawley, 2008) indica que el Turismo Rural Integrado se basa en los conceptos relacionados a un desarrollo alternativo, poniendo énfasis en un enfoque de abajo hacia arriba que involucra a los actores locales y que se basa en los recursos locales físicos, económicos, sociales y culturales. Además incorpora principios de sostenibilidad que se encuentran diseñados para hacer un uso óptimo de los recursos y al mismo tiempo, protegerlos. Para lograr esta integración, Cawley identifica siete elementos que deben estar presentes: un espíritu multidimensional de la sostenibilidad ambiental, el empoderamiento de la población local, el uso de la propiedad y recursos endógenos, la complementariedad con otros sectores y actividades económicas, una adecuada escala de desarrollo, la creación de redes entre los interesados y el involucramiento con los sistemas locales (ver Figura 1). Estos elementos permitirán proteger y no poner en peligro las características inherentes a la cultura local y la calidad del medio natural.

Figura 1: Modelo de turismo rural integrado y vínculos estratégicos



Fuente: Cawley (2008: 318)

El turismo rural integrado se encuentra vinculado a una concepción normativa de la sostenibilidad y reconoce que, aunque las definiciones se han adoptado a nivel internacional, su significado en cualquier momento temporal y los métodos adoptados para su aplicabilidad, se debe realizar de acuerdo a los intereses existentes en contextos particulares (Cawley, 2008).

En el caso de Chile, el turismo se ha constituido en uno de los ejes estratégicos para mejorar el desarrollo económico de las regiones, incrementando cada vez más su participación en el Producto Interno Bruto (PIB) como su tasa de crecimiento. De esta manera, en el año 2008 el aporte del sector turístico al PIB era de 3.25 %; para el año 2012 fue de 3.48 %. Para este último año, la tasa de

crecimiento del sector turístico fue de un 8.8 %, mientras que toda la economía nacional creció un 5.6 % (2013).

Dentro del turismo, el turismo rural ha ido paulatinamente alcanzando una mayor relevancia en las regiones de Chile, en particular en aquellas que tienen una mayor ruralidad como son los casos de Maule, Biobío y La Araucanía, aunque esta última es la que presenta un menor desarrollo. Estas regiones basan sus potencialidades en las características territoriales que tiene cada una de ellas. Es así que en la región del Maule se han ido implementando con gran dinamismo las rutas del vino como también resaltando el pasado reciente de las haciendas con sus grandes casonas que se han transformado en un recurso histórico importante. Por su parte, la zona del Bio -Bio también presenta algunas rutas asociadas al vino y licores tradicionales como también a la naturaleza, como es el caso de las termas.

Finalmente, en la región de La Araucanía, el turismo rural se asocia a actividades agro turísticas, tanto realizadas por comunidades indígenas como por personas no pertenecientes a ellas. También se realizan actividades ligadas al senderismo, *canopy*, gastronomía mapuche y al reconocimiento de los importantes recursos físicos presentes en la región.

No obstante la presencia de importantes recursos para ejecutar actividades de turismo rural y la constatación de un incipiente desarrollo, en la región de La Araucanía no se observa desde la institucionalidad pública una mirada integradora para fomentar este particular tipo de turismo. Esta aparente apatía se puede deber a que en la región se ha potenciado el polo turístico Villarrica/ Pucón a través del aprovechamiento de lagos y volcanes que atraen la mayor cantidad de turistas en la región. Sólo se destaca el programa de turismo rural que desarrolla el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), programa que está orientado a los beneficiarios del instituto y que tienen como actividad productiva principal la agricultura y ganadería.

En consideración a que es necesario conocer la relevancia del turismo rural en la comuna de Villarrica, la investigación se orientó a conocer la importancia de las instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo rural, como también identificar a los pequeños propietarios con emprendimientos turísticos, conocer su perfil como sus principales ventajas y problemas que tienen para desarrollar su actividad.

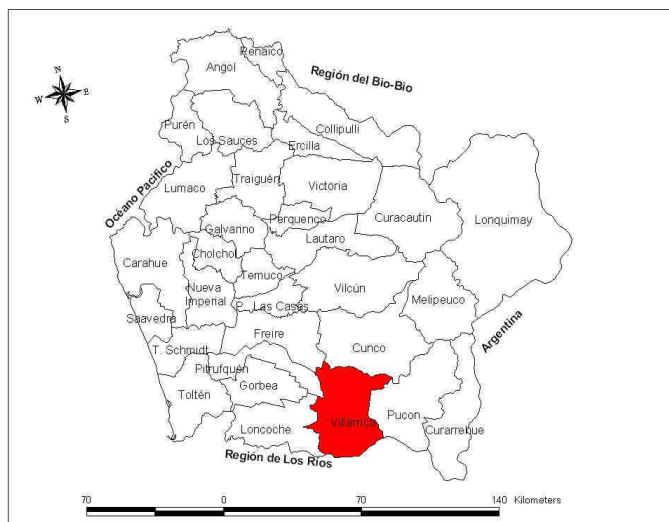
Metodológicamente se aplicó una entrevista semiestructurada a agentes públicos y privados de la comuna y de la región que están relacionados con el turismo rural. A su vez, también se aplicó una entrevista similar a los pequeños emprendedores turísticos. Estos fueron seleccionados por medio de la técnica bola de nieve lo cual permitió entrevistar a 14 personas. La técnica bola de nieve consiste en una selección al azar de un grupo inicial de entrevistados, posteriormente se pide a los participantes que identifiquen a otros que pertenecen a la población meta de interés. Los

entrevistados subsecuentes se eligen con base en las referencias o información que proporcionan los entrevistados iniciales. Este proceso se lleva a cabo de forma progresiva.

CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

La comuna de Villarrica se localiza en la zona sur poniente de la región de La Araucanía, formando parte del área de planificación que es reconocida como el territorio de la Araucanía Lacustre. Además de Villarrica, son parte de este territorio, las comunas de Currarehue y Pucón (Figura 2).

Figura 2: Región de La Araucanía. Localización comuna de Villarrica.



Fuente: Elaboración propia

Según el censo del año 2012 (en revisión), la población de la comuna alcanzaba a un total de 51511 habitantes, de los cuales, un 33 % es población rural.

Desde el punto de vista turístico, es la tercera comuna que tiene la mayor cantidad de personas pernoctando en la región. Es así que de un total de 617.545 personas que pernoctaron en la región durante el año 2012 (Sernatur, 2013), Villarrica concentró el 24%, sólo siendo superada por Pucón y Temuco.

La jerarquía de la comuna de Villarrica se encuentra dada principalmente por contar con una planta turística que permite el alojamiento en sus diversas categorías; por la presencia de dos lagos: el Villarrica que es compartido con la comuna de Pucón y el Calafquén, que es compartido con la comuna de Panguipulli, ubicada en la región de Los Ríos. Es importante señalar que en el lago Villarrica no existen playas adecuadas, por lo que actualmente se está habilitando una playa artificial que permitirá una mayor competitividad con respecto a Pucón (Figura 3). Además de estos recursos naturales, sólo en el año 2013 la comuna logró el acceso directo al Volcán Villarrica a través del camino Huincacara. No obstante la diversidad de recursos turísticos presentes en la comuna, la

característica predominante es el desarrollo de un turismo de sol y playa, situación que las autoridades municipales pretenden revertir (Plan de Desarrollo Turístico, Villarrica, 2010a).

Figura 3: Construcción Playa Pucara, borde lago Villarrica, comuna de Villarrica.



Fuente: www.soychile.cl

Conociendo las potencialidades existentes, las autoridades locales han decidido entregar un importante impulso que permita situar a la comuna en una posición turística relevante en la región. Es así que en la Agenda para el Desarrollo Turístico Sostenible 2010-2020 (Municipalidad de Villarrica, 2010b) se detectaron diversas falencias que se intentarán corregir en el periodo señalado, entre estas:

- Imagen turística pobre y parcial que no enseña todas las riquezas del territorio,
- Falta de productos turísticos, rutas y circuitos
- Falta de planificación turística
- Estacionalidad del destino
- Falta de valoración y conservación de su patrimonio histórico, cultural, social y natural

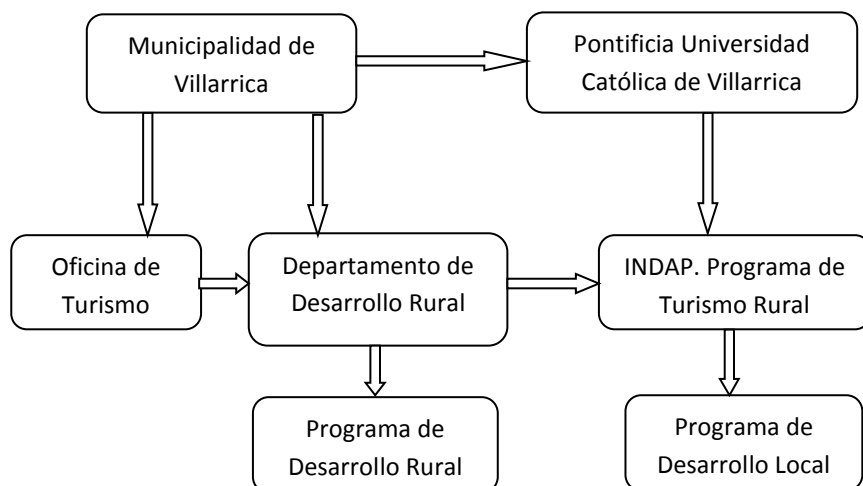
INSTITUCIONALIDAD PÚBLICA Y PRIVADA ASOCIADA AL TURISMO RURAL

Para el desarrollo del turismo rural, no es suficiente el interés y perseverancia que puedan presentar los emprendedores, sino que el accionar de las instituciones, en particular las públicas, se transforman en un motor relevante para que las diversas iniciativas puedan tener éxito.

La Figura 4 muestra las instituciones públicas y privadas que trabajan en turismo rural. Todas estas, aunque tienen un funcionamiento individual, tal como se indicará más adelante, se encuentran

interrelacionadas a través de la búsqueda de un objetivo común, el que es desarrollar emprendedores turísticos asociados a la población local y que en general, realizan actividades asociadas a la agricultura y ganadería de subsistencia.

Figura 4: Instituciones relacionadas con el turismo rural comuna de Villarrica.



Fuente: Elaboración propia

El municipio de Villarrica, por el hecho de ser la institución pública más cercana a los actores locales, está iniciando una etapa de fortalecimiento del turismo rural a través de diferentes iniciativas, las cuales, por la relevancia que tienen, se encuentran plasmadas en el Plan de Desarrollo Turístico Comunal como en la Agenda para el Desarrollo Turístico Sostenible. En este sentido, la Agenda señala que se debe generar un desarrollo turístico con identidad local como una actividad complementaria a las formas de vida tradicionales, instalando capacidades que permitan la regeneración y valoración del patrimonio cultural y natural, a través de un concepto de sustentabilidad que permita el desarrollo local campesino con un uso eficiente de los recursos, a través de buenas prácticas empresariales como predios con mayor sustentabilidad.

En concordancia con lo anterior, el Departamento de Desarrollo Rural ha iniciado en los últimos años, un plan de fomento para el turismo a través de la capacitación en áreas de servicios, incorporación al comercio formal, habilitación de normas sanitarias entre otros aspectos con el fin de diversificar los ingresos familiares. En este proceso ha contado con el apoyo del Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), fortaleciendo los emprendimientos localizados en la ruta Villarrica/Lican Ray

Por su parte, INDAP, a nivel regional, en el año 2011, implementó un programa de turismo rural orientado a los beneficiarios que participan en algunos de los programas de desarrollo local (PRODESAL) o de desarrollo territorial indígena (PDTI), siendo la comuna de Villarrica una de las participantes de este programa.

El objetivo principal del programa de turismo rural, es generar condiciones de apoyo para promover acciones de asesoría, capacitación y promoción de los emprendimientos de los usuarios o potenciales usuarios que se dedican a este rubro. Para ser parte de este programa, los beneficiarios se clasifican en tres categorías:

Nivel 1: Corresponde al nivel básico y son emprendimientos informales y de escasa formación técnica asociado al rubro turístico. Son usuarios que nunca han recibido capacitación formal y no cuentan con inicio de actividades, desean ofrecer servicios de turismo rural y cuentan con potencial turístico.

Nivel 2: Son emprendedores con negocio definido y en funcionamiento. Acreditan capacitación básica en turismo, tienen inicio de actividades, pero no están formalizados.

Nivel 3: Son emprendedores con actividad turística consolidada y formal, han recibido capacitación acreditable, tienen inicio de actividades y cuentan con permisos necesarios para un funcionamiento formal. Actualmente, de acuerdo a lo mencionado por la encargada de turismo rural de la región, sólo se están enfocando en aquellos emprendedores que se encuentran en el Nivel 3.

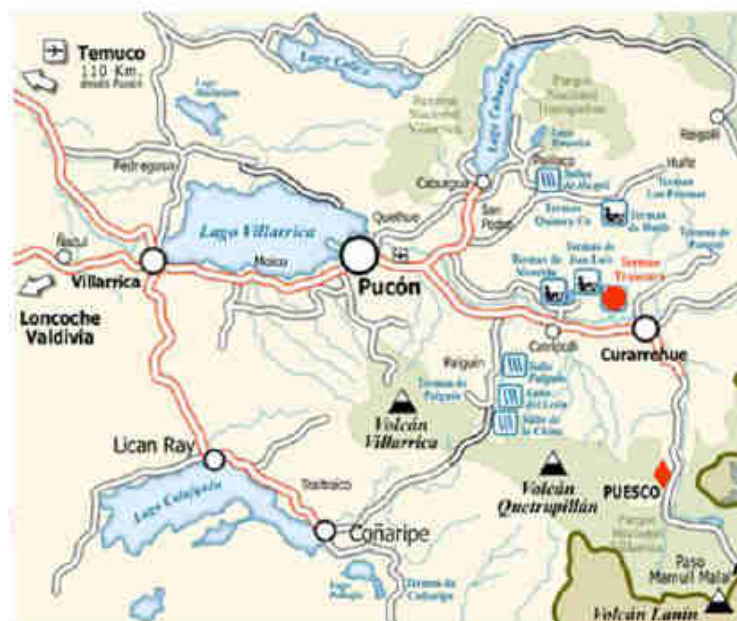
El funcionamiento de este programa se relaciona con la promoción del turismo rural que surge desde el municipio, que como se mencionó con anterioridad, es dirigido por el Departamento de Desarrollo Rural. Por lo tanto, existe una sinergia entre ambas instituciones la que se refuerza con la iniciativa que conduce la Pontificia Universidad Católica de Chile, sede Villarrica, a través del proyecto Innova CORFO “Nodo de Turismo Rural sostenible, Ruta Villarrica-Lican Ray, Región de La Araucanía”. Este proyecto tiene como objetivo diseñar e implementar un conjunto de productos de turismo mediante la puesta en valor y gestión sostenible del patrimonio del territorio a objeto de mejorar y ampliar la actual oferta turística de los prestadores de servicios, en su mayoría pequeños propietarios agrícolas y / o miembros de comunidades mapuches.

El propósito, una vez finalizado el proyecto es establecer una red de turismo que permita transformar a Villarrica y Lican Ray en localidades anclas que permita a los turistas satisfacer sus necesidades básicas en servicios de alojamientos y gastronomía típica, actividades asociadas a cabalgatas y *canopy* entre otras.

La oferta de esta ruta, es el acercamiento a las actividades que se realizan en el campo, vivir de una u otra manera la experiencia que los campesinos viven diariamente, disfrutar de su gastronomía y emplazamientos de alojamiento.

El proyecto se inició con aproximadamente 60 beneficiarios, quedando actualmente alrededor de 45. En la Figura 5 se observa la localización del tramo Villarrica/Lican Ray, espacio en que se encuentran gran parte de las iniciativas sobre emprendimiento rural.

Figura 5: Mapa de Villarrica y alrededores



Fuente: Municipalidad de Villarrica (2010a)

Además de las instituciones mencionadas, existen otras que apoyan al financiamiento de proyectos de turismo rural, pero como se mencionó anteriormente, no se enfocan exclusivamente a esta actividad. En este sentido, es importante destacar los aportes que realiza el Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS) tanto a iniciativas particulares como comunitarias. También son relevantes los aportes financieros realizados por diversos instrumentos que posee CORFO como Capital Semilla y el Programa de Emprendedores Locales (PEL).

CARACTERIZACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES DEL TURISMO RURAL

a.- Características demográficas

Al caracterizar a los pequeños emprendedores de turismo rural se observa una importante heterogeneidad desde los aspectos demográficos, educativos, actividad realizada, la percepción sobre la relevancia del turismo para su desarrollo familiar y con relación al rol de las instituciones públicas.

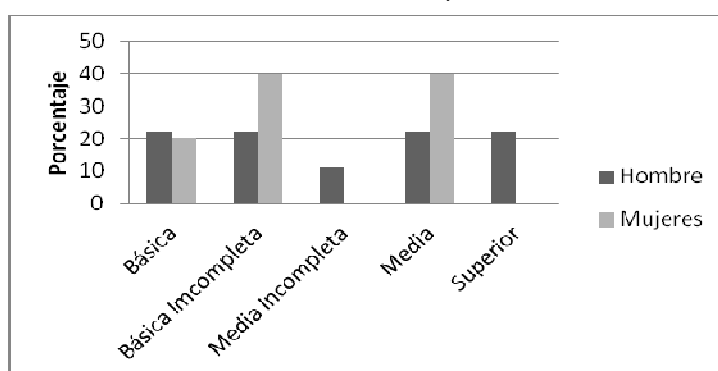
Un aspecto importante tiene que ver con la participación por género en la actividad turística. De esta manera, de los 14 emprendedores, 9 son hombre y 5 mujeres, lo cual ratifica de alguna forma uno de los aspectos de la nueva ruralidad como es la incorporación de la mujer a una actividad económica productiva.

En cuanto a su distribución etaria, el 50 % se concentra en el tramo de edad 46-60, 36% entre 30-45 y el 14 % son mayores de 60 años.

En relación a su nivel educativo, aproximadamente el 50% de los entrevistados tienen sólo educación básica, ya sea completa o incompleta; un 35 % cuenta con educación media; y solo un 14 % alcanzó la educación superior, es decir que poseen 13 o más años de estudios ya sea en un centro de formación técnica o universitario.

De acuerdo al Gráfico 1, existe una diferencia importante por género en cuanto al nivel educativo con que cuentan. De esta manera, en el caso de los hombres, se observa una distribución más homogénea entre todos los niveles educacionales, desde básica incompleta a educación superior. En el caso de las mujeres, los niveles educativos se concentran en la educación básica incompleta y educación media, siendo nula su presencia en educación superior.

Gráfico 1: Características del nivel educativo de los emprendedores de turismo rural por género



Fuente: Elaboración propia

No obstante las diferencias por género, en general existe un bajo nivel educativo, situación que podría significar una limitante en cuanto a la capacidad de innovar en sus emprendimientos.

b.- Características asociadas a la actividad turística

Uno de los elementos importantes que se identificaron, corresponde al tiempo en que los emprendedores están realizando la actividad: Más del 80 % tiene una permanencia de más de 5 años. También se destaca la variedad de actividades que efectúan, lo cual da cuenta de la riqueza de los recursos turísticos que posee la comuna, los cuales entregan un importante potencial para consolidar el turismo rural. No tan solo existe un aprovechamiento de la naturaleza, sino que también de la cultura a través de la gastronomía, medicina tradicional mapuche y productos naturales, tal como se describe en la Tabla 1.

Tabla 1: Características básicas asociadas a la actividad turística

Años promedio actividad	Tipo de actividad	Recursos disponibles	Época de ejercicio actividad
5	Cabalgatas, agroturismo, medicina natural, canopy, caminatas, gastronomía, elaboración de productos naturales	Cabañas, Ruca, Caballos con monturas, Paisaje, Quinchos	En general, época estival

Fuente: Elaboración propia

La Figura 6, corresponde a algunos emprendimientos de turismo rural familiar, ubicándose el primero en las cercanías del Volcán Villarrica y los otros en la ruta Villarrica/Lican Ray. Estas iniciativas turísticas son gestionadas principalmente por los jefes de hogar, esposas e hijos, quienes están a cargo de diversas actividades turísticas asociadas a la gastronomía, cabalgatas y *canopy*.

Figura 6: Emprendimientos de turismo rural



Fuentes: www.pinoahuacho.cl. y del autor

En las entrevistas realizadas, se constató que no tienen limitaciones en cuanto a los recursos físicos básicos y naturales para realizar la actividad, la que en general es efectuada en época estival y sólo 4 emprendedores la realizan durante todo el año. Esto es debido a que el emprendimiento está relacionado con actividades que no se encuentran limitadas por el período vacacional como son la medicina natural, elaboración de productos naturales y gastronomía.

Consultados por la procedencia de quienes visitan sus emprendimientos, los flujos principales son de turistas chilenos, pero también provenientes de Suramérica, Europa y Estados Unidos. El contacto es en algunos casos, por medio de páginas web, pero también son importantes las recomendaciones que se originan por quienes ya han visitado el atractivo.

La Tabla 2 presenta el apoyo institucional que en algún momento han recibido los emprendedores de turismo rural, lo cual no significa que actualmente se mantenga de esta manera. Se observa que INDAP y la Municipalidad de Villarrica entregan un apoyo más integral, abarcando las tres áreas más relevantes para el fortalecimiento y/o inicio de gestión turística. En el caso de INDAP, como se mencionó con anterioridad, este apoyo es a través del Programa de Turismo Rural y que es canalizado a través del PRODESAL. En el caso del municipio, fundamentalmente el apoyo es por parte del Departamento de Desarrollo Rural por medio del PRODER.

Tabla 2: Apoyo institucional a los emprendedores en turismo rural

Institución	Tipo de Apoyo		
	Productiva	Asistencia técnica	Asistencia Financiera
INDAP	X	X	X
SERCOTEC	-	-	X
MUNICIPALIDAD	X	X	-
FOSIS	-	-	X
Universidad Católica	-	X	X

Fuente: Elaboración propia

En el caso de FOSIS y SRCOTEC, los apoyos son financieros y principalmente de carácter individual. En cuanto a la pertenencia a otras redes no institucionales, algunos son parte de la asociación Wentech Mapu (asociación que mantiene una feria artesanal en la ciudad de Villarica), otros son parte de la red de Turismo Sustentable Villarica-Lican-Ray, uno pertenece al Comité de Vecinos de Pino Huacho y dos emprendedores no tienen afiliación.

En relación a la situación legal, la mayoría de los emprendedores se encuentran sin permiso sanitario ni autorización del Servicio de Impuestos Internos, aunque en este último caso algunos obtienen permisos provisorios para la época veraniega.

LA PERCEPCIÓN SOBRE LA INSTITUCIONALIDAD PÚBLICA Y LIMITACIONES PARA EJERCER LA ACTIVIDAD

Aunque reconocen que en algún momento han recibido un apoyo institucional, Los entrevistados indican que las relaciones no han sido de las mejores. Uno de los entrevistados, Roberto, señaló *“que las relaciones con las instituciones públicas han sido tortuosas, ya que estas no prestan un real apoyo a las iniciativas. Al contrario, la burocracia y la mala gestión de las autoridades han provocado un rechazo y una frustración, las que serían remediadas si se cumplieran las promesas”*.

A la vez, Juan indica que *“la ayuda de las autoridades e instituciones ha sido precaria e ineficiente, entorpeciendo y restringiendo el desarrollo de su actividad, principalmente el Servicio de Salud y el Servicio de Impuestos Internos”*.

Por su parte, Teresa, apunta que *“existe una falta de coordinación entre los organismos públicos y sobre normativas que se elaboran para las ciudades y se aplican en sectores rurales, sin considerar las particularidades locales del territorio”*.

En este sentido se pudo constatar que muchas iniciativas que permiten difundir la gastronomía local, como por ejemplo pan amasado o la elaboración de productos en cocina a leña no son permitidos por contaminar el aire, no obstante que se encuentran en zonas en que las casas más cercanas se encuentran muy distantes entre ellas y a la vez, las condiciones atmosféricas de por sí no facilitan la contaminación. En relación a esta situación, varios entrevistados esperan de estas

instituciones un mayor apoyo y, especialmente, que las normativas legales sean flexibles y pertinentes, adecuándose a las distintas realidades.

También existe una preocupación latente de los emprendedores del sector Huincacara por la nueva ruta que se creó hacia el Volcán Villarrica y, debido a la posibilidad de que la concesión del Parque Nacional del mismo nombre sea entregada a privados con mayores recursos y ellos se vean impedidos de realizar las cabalgatas. Es así que otra de las entrevistada, Alejandra, expresa su molestia al respecto: *“las autoridades y el gobierno dan poco apoyo a las comunidades locales y sobre la nula oportunidad que entregan para participar en las decisiones que afectan al territorio y que si el Parque es un bien público, este debería ser administrado por la comunidad local, quienes son los verdaderos conocedores de estos espacios y además, sus herederos”*.

Con el propósito de mitigar los problemas mencionados los emprendedores turísticos indican que las instituciones y autoridades deberían apoyar la obtención de los permisos, facilitando los tramites, como también capacitándolos sobre los requisitos que deben cumplir para realizar su actividad adecuadamente. Otro aspecto es que las normativas se deben adecuar a las condiciones locales y que realmente permitan el desarrollo de la actividad. Una propuesta que se repitió en gran parte de los entrevistados, es que debería existir una mayor participación de los actores locales en la elaboración de las políticas públicas.

Además de las limitaciones que se originan por parte de las instituciones y autoridades, los emprendedores reconocen que son varias entre ellas la falta de señalética, lo cual impide que los visitantes puedan localizarse, también la imposibilidad de acceder a las tecnologías de comunicación dado en muchos lugares no existen señal de telefonía celular impidiendo un contacto directo con los potenciales visitantes. Lo anterior se dificulta más debido a los problemas de accesibilidad que tienen los emprendimientos que no se localizan en la ruta asfaltada Villarrica/LicanRay ya que sus accesos son de ripio que se encuentran en mal estado incidiendo en que los turistas desistan de visitar los atractivos ofrecidos.

No obstante los inconvenientes y limitaciones mencionadas, los pequeños agricultores han encontrado importantes y variados beneficios en el ejercicio de su actividad. Uno de los beneficios que más se menciona es que es una actividad complementaria que les permite mejorar sus ingresos como su calidad de vida. También se destaca el preservar los valores culturales y generar identidad y un cuidado de la tierra por los beneficios que esta trae.

Un beneficio relevante y que hay que destacar es que a muchos emprendedores participar del turismo rural les ha permitido incorporar a su familia a la actividad generando, en algunas ocasiones, verdaderas redes económicas complementarias donde cada miembro viene a cumplir una función relevante que permite generar un mayor valor agregado al emprendimiento.

ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES Y RECOMENDACIONES

Aunque la comuna de Villarrica se encuentra a nivel regional entre las que poseen una mayor atracción para los visitantes, los atractivos turísticos se asocian principalmente a un turismo masivo de sol y playa con un carácter marcadamente estacional, donde el aprovechamiento de los recursos paisajísticos, culturales, gastronómicos e históricos aun no son puestos en valor.

En el contexto señalado surge una interesante oportunidad para desarrollar potenciales atractivos y consolidar aquellos que están funcionando a través de emprendimientos que resaltan la cultura, la gastronomía, la artesanía, la historia, es decir, el turismo rural. Lo anterior significa un compromiso de las instituciones públicas y gobiernos locales de apoyar las iniciativas de los pequeños propietarios a través de acciones de capacitación que permitan conocer cabalmente la actividad que están realizando, como también tener claro cuáles son las normas legales que se deben considerar, asesoría para elaborar proyectos de inversión y gestionar ante los organismos pertinentes la posibilidad de flexibilizar normas que si bien son muy pertinentes en el medio urbano, en el rural no se justifican plenamente.

Si existe un mayor involucramiento de las instituciones y por la experiencia de quienes están trabajando en turismo rural, esta actividad se puede constituir en un importante eje de desarrollo socioeconómico, generando mayores recursos económicos tanto para el gobierno local como para quienes ejercen la actividad. Esto ha quedado demostrado por medio de las cadenas familiares como de vecinos que se han complementado a través de diversos rubros, generando una interesante especialización en cada uno de los participantes.

Sin duda, el turismo rural se puede constituir en una significativa fuente que permita el desarrollo local sustentable, en donde los beneficios obtenidos a través del ejercicio de la actividad, queden realmente en el territorio comunal. Teniendo en consideración lo señalado, las políticas se deben orientar a una gestión integral del turismo, ya que de esta manera es posible resaltar los recursos del territorio, generar una alternativa de ingresos y empleos para los actores locales, pero a la vez, alcanzar la participación tanto de actores públicos como privados en la gestión turística.

Otra recomendación se encuentra relacionada con la revisión de las normas de algunos organismos públicos que limitan las iniciativas en el sentido de que algunas de ellas están orientadas al mundo urbano, pero se aplican en el sector rural sin considerar las particularidades de este, como es el caso de no autorizar el uso de cocinas a leña, artefacto que es parte de la cultura campesina.

Agradecimientos: El autor agradece a la Dirección de Investigación de la Universidad de La Frontera, por el apoyo entregado para realizar la investigación a través del financiamiento del proyecto DIUFRO: DI12-0073 "Turismo rural en La Araucanía. Un análisis comparativo entre las comunas de Curacautín y Villarrica. 1992-2010"

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bardón, E.** (1990) Consideraciones sobre el turismo rural en España y medidas de desarrollo. *Estudios Turísticos*, 108: 61-82
- Barke, R.** (2004) "Rural tourism in Spain". *International Journal of Tourism Research*. 6(3): 137-149
- Briedenhann, J. & Wicken, E.** (2004) "Tourism routes as a tool for economic development of rural areas. Vibrant hope or impossible dream?". *Tourism Management*. 25 (1): 71-79
- Chonchol, J.** (2001) Agricultura y ruralidad. Disponible en www.cep.cl. Acceso el 20 de julio 2013
- Chuang, T.** (2013) "Residents attitudes toward rural tourism in Taiwan: a comparative viewpoint". *International Journal of Tourism Research*. 15(2): 152-170
- Constabel, S., Oyarzun, E. & Szmulewicz, P.** (2007) Agroturismo en Chile. Caracterización y perspectivas. Ministerio de Agricultura- Universidad Austral de Chile, Santiago
- Cowley, M.** (2008) "Integrated rural tourism: Concepts and practice". *Annals of Tourism Research*. 35(2):316-337
- Gil, R. & Albarrelo, M.** (2008) Turismo rural: evolución y recomendaciones desde la experiencia española. Ponencia presentada al primer seminario de turismo rural en Bolivia
- Gilbert, D.C.** (1992) Perspectivas del desarrollo del turismo rural. *Revista Valenciana D Estudis Autonomics*, 13: 167-193
- Hall, D., Roberts, L. & Mitchell, M.** (2004) "New directions in rural tourism". Ashgate, UK
- Hall, M.** (s/f) "Sustainable rural area tourism: development and issues". Disponible en <http://www.edsconference.com/content/docs/papers/Hall,%20M.pdf>. Acceso el 23 de abril 2014
- INDAP** (2011) Resolución nº 133622, aprueba normas técnicas y procedimientos operativos del programa de turismo rural. Dirección Nacional, División de Fomento
- Irshad, H.** (2010) "Rural Tourism- An overview. Rural Development Division. Government Alberta- Agriculture and rural development. Disponible en [http://www1.agric.gov.ab.ca/\\$Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/\\$FILE/Rural-Tourism.pdf](http://www1.agric.gov.ab.ca/$Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/$FILE/Rural-Tourism.pdf). Acceso el 16 de abril 2014
- Knowd, I.** (2001) "Rural tourism: panacea and paradox. Exploring the phenomenon of rural tourism and tourism's interaction with host rural communities. UWS Hawkesbury. Disponible en <http://www.hsc.csu.edu.au/geography/activity/local/tourism/FRURALTO.pdf>. Acceso 10 de abril 2014
- Lane, B.** (1994) "Sustainable tourism strategies: a tool for development and conservation". *Journal of Sustainable Tourism* 12(1-2): 102-111
- Manzanal, M.** (2006) Desarrollo rural: organizaciones, instituciones y territorios. Ed. CICCUS, Buenos Aires
- Mediano, L. & Vicente, A.** (2002) Análisis del concepto de turismo rural e implicaciones de marketing. *Boletín Económico de ICE* nº 2741. Madrid
- Municipalidad de Villarrica** (2010a) Plan de Desarrollo Turístico comuna de Villarrica, 2011-2020
- Municipalidad de Villarrica** (2010b) Agenda para el Desarrollo Turístico Sostenible 2010-2020, comuna de Villarrica

- Nash, R. & Martin, A.** (2003) "Tourism in peripheral areas. The challenges for Northeast Scotland". *International Journal of Tourism Research*. 5(3): 161-181
- Oppermann, M.** (1996) "Rural tourism in Southern Germany". *Annals of Tourism Research*. 23(1): 86-102
- Román, M.F. & Ciccolella, M.** (2009) Turismo rural en la Argentina. Concepto, situación y perspectivas. Instituto Interamericano para la Cooperación y Agricultura. Buenos Aires
- SERNATUR** (2013) Estimación PIB turístico 2012 y su evolución desde 2008
- Saxena, G.** (2008) "Integrated rural tourism a border case study". *Annals of Tourism Research*. 35(1): 233-254
- Saxena, G. & Ilbery, B.** (2010) "Developing integrated rural tourism: actor practices in the English/Welsh border". *Journal of Rural Studies*. 26(3): 260-271
- Sharpley, R.** (2002) "Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus". *Tourist Management*. 23 (3):233-244
- Szmulewicz, P; Gutiérrez, C. & Winkler, K.** (2012) Asociatividad y agroturismo. Evaluación de las habilidades asociativas en redes de Agroturismo del sur de Chile. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 21 (4): 1013-1034. Disponible en <http://www.scielo.org.ar/scielo>. Visitado el 15 de diciembre de 2013
- Tapella, E.** (2007) Globalización y transformación de la estructura agraria en Argentina. ¿Nuevas ruralidades, nuevas políticas? Disponible en www.Fices.unsl.edu.ar. Visitado el 5 de agosto 2013

Recibido el 16 de enero de 2014

Reenviado el 19 de mayo de 2014

Aceptado el 26 de mayo de 2014

Arbitrado anónimamente

EVENTOS CULTURALES Y MOTIVACIONES DE LOS TURISTAS**La Fiesta de Fin de Año en Isla de Madeira - Portugal**

Noémi Marujo*
Universidade de Évora
Évora, Portugal

Resumen: Los eventos culturales promueven el diálogo, crean sentimientos y marcan una identidad. Con la globalización los países y regiones han desarrollado cada vez más eventos culturales para celebrar su historia y cultura. Las motivaciones para participar en un evento varían de acuerdo con las regiones visitadas, el tipo de fiesta o festival, la tipología de los turistas y las variables socio-demográficas y culturales. El presente artículo pretende identificar la principal motivación de los turistas para participar en la Fiesta de Fin de Año en Isla de Madeira. Para alcanzar el objetivo se optó por la aplicación de una encuesta a una muestra por conveniencia y se realizó una observación directa y participante. Los resultados mostraron que la principal motivación para que los turistas visiten el evento por primera vez se asocia al conocimiento y experimentación de la cultura de la Fiesta.

PALABRAS CLAVE: eventos culturales, turismo, motivaciones turísticas, Isla de Madeira.

Abstract: Cultural Events and Tourist Motivations: The Festivity of End-of-Year in Madeira Island. Cultural events promote the dialogue, create sentiments and mark an identity. Nowadays they have a great impact within the social, cultural, political and economic context of the communities. With globalization countries and regions develop more and more cultural events to celebrate their history and culture. Such events arouse in the tourist the desire to experiment a different culture. Motivations to participate in an event vary according to the destinations, the type of festival, the kind of tourists, the socio-demographic and cultural variables. This paper approaches the main motivation of the tourists to participate in the End-of-Year Celebration at the Madeira Island. To achieve the objective we opted for the application of a questionnaire survey using a convenience sample, and also we made direct and participant observation. The results showed that the main motivation for tourists visiting the event, for the first time, was associated with knowledge and experimentation by the event culture.

KEYWORDS: Cultural events, tourism, tourist motivations, Madeira Island.

INTRODUCCIÓN

La globalización despertó en los destinos la necesidad de ser más creativos para mantener o desarrollar su distinción frente a otros lugares turísticos y atraer turistas. La sociedad globalizada puede generar una reafirmación de los vínculos locales, donde las particularidades de la cultura local

* Doctora en Turismo por la Universidad de Évora, Évora, Portugal. Licenciada en Comunicación Social, Máster en Sociología, DEA – Turismo, Ocio y Cultura por la Universidad de Coimbra, Évora, Portugal. Directora del Curso de Turismo en la Universidad de Évora, Portugal. Investigadora del IGOT-CEG-TERRITUR (Instituto de Geografia e Ordenamento do Território – Centro de Estudos Geográficos – Linha de Investigação em Turismo, Território e Cultura), Évora, Portugal. E-mail: noemi@uevora.pt

(rituales, símbolos, sentido de lugar, etc.) se oponen a lo global. A través de los eventos culturales (fiestas, festivales u otras manifestaciones culturales) la cultura local consigue resistir a la cultura mundializada. O sea que la preservación y difusión de las singularidades de una región o localidad suelen ser divulgadas a través de eventos culturales (fiestas religiosas, fiestas populares, festivales folclóricos, etc.) que *“surgen para mejorar la imagen de las ciudades... y para que los ciudadanos recuperen el orgullo por su ciudad”* (Richards & Palmer, 2010: 33). Son eventos en vivo y por eso pueden ser un estímulo para fortalecer o hacer renacer la identidad cultural de una sociedad. *“Los eventos en vivo constituyen de hecho una de las formas mediante las cuales las comunidades confirman su propia existencia, sus hábitos y costumbres”* (Marujo, 2012: 285). Se destaca que los eventos con temas históricos que conmemoran algún hecho de una comunidad o tradición de un grupo cultural despiertan interés en muchos turistas (Getz, 2002).

La Fiesta de Fin de Año en Isla de Madeira (Figura 1) es considerada el punto más importante de toda la actividad turística de la región. Este atractivo turístico presenta una manifestación de carácter cultural, etnográfico y artístico que se inicia a mediados del mes de noviembre (inauguración oficial de las iluminaciones de Navidad en las calles de la ciudad de Funchal) y se prolonga hasta el 6 de enero del nuevo año (Día de Reyes).

Figura 1: Mapa de la Isla de Madeira



Fuente: <http://codigopostal.ciberforma.pt/distrito.asp?dist=3>

Todos los años las iluminaciones de Navidad combinan una serie de diseños que presentan una fuerte simbología de la isla y la época. La primera semana del mes de diciembre se animan las calles con bandas filarmónicas, danzas folclóricas, conciertos de música clásica, exposiciones, artesanías y gastronomía en vivo, transformando la ciudad en un verdadero ícono navideño (Figura 2).

El historial de la Fiesta de Fin de Año (fuegos artificiales, iluminación y tradiciones navideñas locales) no surge como un hecho aislado. La Fiesta se encuadra en el fenómeno turístico que marcó la vida de la isla a partir del siglo XVIII. Incidentalmente, *“los festejos de fin de año... son el corolario de las múltiples vivencias del pasado cuando el madeirense se mezcla con el extranjero”* (Vieira, 1999:16). Según este autor no es fácil determinar la fecha exacta en que la Fiesta de Fin de Año

comenzó a realizarse. Se trata de una manifestación remota que se fue adaptando a las exigencias de los tiempos y a las influencias de los extranjeros (Vieira, 1999).

Figura 2: Escenarios de la Fiesta



Fuente: Autora

En 1932 se creó la Comisión de las Fiestas de la Ciudad de Funchal para coordinar todas las actividades de diversión, lo que lleva a algunos autores a certificar que la Fiesta de Fin de Año surgió en esta época (Silva, 1985; Vieira, 1999). Actualmente, la organización de la Fiesta está a cargo de la Secretaría Regional de Turismo y de los Transportes de Madeira, que además de los fuegos artificiales, la iluminación, la decoración con flores naturales, la música popular y clásica, mediante proyectos tradicionales y modernos intenta proporcionar una animación cultural diversificada a los turistas y residentes. En 2006 el evento a través del espectáculo de fuegos artificiales con el tema 'La danza de las cuatro estaciones' pasó a figurar en el libro *"Guinness World Records"* que calificó al evento como el 'Mayor Espectáculo Pirotécnico del Mundo'. Se trata de un evento especial que aún atrae a miles de turistas a Ilha da Madeira. No obstante, las motivaciones para visitarlo nunca fueron investigadas desde una perspectiva académica. Esto lleva a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las motivaciones para que los turistas visiten la Fiesta de Fin de Año en Ilha da Madeira?

EVENTOS CULTURALES

Los eventos culturales, denominados festivales tradicionales, constituyen un área de interés para muchos investigadores pues son un medio para expresar la relación próxima que existe entre identidad y lugar. Los eventos culturales promueven el diálogo, crean sentimientos y marcan presencia (Marujo, 2012). En la actualidad ejercen una gran importancia en el contexto social, cultural, político y económico de un país o una región. Es obvio que los eventos siempre desempeñaron un importante rol en la sociedad humana pues el tedio de la vida cotidiana fue y será quebrantado por la realización de eventos (Shone & Parry, 2004). Los mismos son cada vez más importantes para la cultura (Getz, 2010; Bowdin *et al.*, 2011) y desempeñan un poderoso rol en la sociedad abarcando diferentes períodos de la historia de la humanidad (Allen *et al.*, 2011).

En muchos países y regiones se asiste a la proliferación de diversos eventos culturales (Recreaciones Históricas, Capital Europea de la Cultura, Carnavales, Festivales del Vino, Festivales Gastronómicos, etc.) para seducir a visitantes o turistas. No obstante, la realización de eventos culturales no busca sólo atraer visitantes, sino que también estimula el desarrollo socioeconómico de una región y puede contribuir a la preservación del patrimonio cultural de diversas villas o ciudades. *“Los eventos culturales, en particular, han surgido como un medio para mejorar la imagen de las ciudades, para dar vida a las calles de la ciudad y renovar el orgullo por su ciudad natal en los ciudadanos”* (Richards & Wilson, 2001: 1932).

Los eventos culturales crean oportunidades para el viaje, aumentan el consumo y promueven el desarrollo, justificando la lucha constante por parte de las entidades gubernamentales para captar eventos nacionales e internacionales. Los eventos no ayudan sólo a establecer la calidad de un lugar sino también a transformar las comunidades (Goldblatt, 2008). Por estos motivos el evento debe ser pensado como una actividad económica y social que genera una serie de beneficios a las comunidades promotoras para los emprendedores y el comercio (Britto & Fontes, 2002). De hecho, los eventos culturales permiten que una región recuerde su singularidad, desarrolle su orgullo local y mejore su bienestar social y económico. Los eventos culturales funcionan como un ‘arma’ para el desarrollo y mantenimiento de la identidad comunitaria o regional. No obstante, los eventos también pueden alterar las características de la comunidad del destino transformando la cultura en un objeto de mercantilización (Urry, 1996; Craik, 1997).

El turismo de eventos es uno de los segmentos que más se destaca en la actividad turística. Puede ser considerado una de las actividades económicas más importantes del mundo globalizado (Balduino *et al.*, 2011). Para estos autores *“los eventos son importantes para el turismo porque al atraer personas de otras regiones permiten incentivar la economía local y enriquecer la vida cultural de la ciudad donde se realizan”* (Balduino *et al.*, 2011: 1498). De hecho, los eventos culturales en los últimos años se revelaron como un producto turístico bastante dinámico, tanto desde el punto de vista de la demanda como de la oferta (Ribeiro *et al.*, 2005). Las ciudades y villas realizan cada vez más

eventos culturales para celebrar su historia y cultura porque hay un sentimiento generalizado de que por un lado los eventos poseen una mayor capacidad para ofrecer espectáculos y atraer más turistas, y por otro lado *“satisfacen la necesidad de coparticipación y la sensación de estar allí”* (Richards & Palmer, 2010: 19). Los autores dicen que los eventos culturales debido a su movilidad y actualidad sirven de mediadores de los procesos de globalización cultural y localización.

Los eventos culturales concentran sus raíces en los contenidos artísticos de una comunidad y su enfoque debe ser esencialmente cultural (Richards & Palmer, 2010). Pueden reunir elementos tradicionales o no, pero su principal propósito es la *“celebración o confirmación de la cultura”* (Raj et al., 2009: 14). Los eventos culturales, especialmente los que reúnen tradiciones, son vistos como *“auténticos y únicos”* (Ivanovic, 2008: 125) y despiertan especialmente en el turista cultural el deseo de vivenciar una cultura diferente de la suya.

EVENTOS CULTURALES Y MOTIVACIONES

La motivación es un tópico importante en la investigación de eventos (Uysal et al., 1993; Li & Petrick, 2006). De acuerdo con Nicholson & Pearce (2001) el estudio de la motivación es una de las áreas más complejas de la investigación en turismo porque propone muchos desafíos debido a la naturaleza intangible del fenómeno y a las cuestiones de motivación múltiple y de medición e interpretación. Para Sharpley (2006) el estudio de la motivación turística está preocupado por el análisis de la necesidad de las personas de ser turistas y por cómo las diferentes necesidades pueden ser satisfechas por diferentes experiencias del turismo. La motivación hace que una persona se movilice para algo (Ryan & Deci, 2000), siendo la base del comportamiento para viajar o asistir a un festival u otro tipo de evento.

La motivación de los turistas ha sido apuntada como el fundamento sobre la forma como un turista se comporta (Crompton, 1979), para dónde y cuándo viaja, las actividades en que participa en el destino (Hudson, 1999) y su nivel de satisfacción (Yoon & Uysal, 2005). En el ámbito turístico, en términos psicológicos, las motivaciones pueden ser definidas como el conjunto de necesidades o fuerzas psicológicas que predisponen a una persona a participar en una actividad turística (Pizam et al., 1979).

Las personas viajan para ‘bucear’ en las culturas ‘auténticas’ de los lugares que visitan. Surge así un nuevo tipo de turista que debido a las nuevas tecnologías de información y comunicación tiene acceso a diferentes culturas y desarrolla en sí mismo un conjunto de motivaciones para visitarlas. Las motivaciones de los turistas de eventos pueden estar estrictamente relacionadas con los beneficios buscados, por ejemplo, en un festival. En términos psicológicos la motivación turística para asistir a un evento puede ser vista como una fuerza intrínseca que induce a un individuo a viajar y consumir determinado evento. Se destaca que no todos los visitantes están motivados para visitar un determinado destino con la intención de participar en un festival u otro tipo de evento (Prentice &

Anderson, 2003). Los visitantes que participan en diversos festivales tienen más probabilidades de compartir las mismas razones para visitar estos eventos, aunque provengan de diferentes culturas y niveles (Lee *et al.*, 2004). Según estos autores el reciente reconocimiento de que los eventos son uno de los negocios de turismo con más rápido crecimiento en el mundo impulsó a los investigadores a explorar las motivaciones de los visitantes que participan en festivales u otro tipo de eventos.

La importancia de la cultura en la motivación para participar u observar una fiesta o festival está ligada al significado e interés de la cultura que celebran los eventos (Schofield & Thompson, 2007). Téngase en cuenta que la motivación para observar, conocer y vivenciar otras culturas despuntó en los últimos años como un factor clave para visitar eventos culturales de cariz tradicional. Las motivaciones para participar en una fiesta son multidimensionales y pueden estar relacionadas con factores *push* (socialización, escape, aprendizaje, novedad, experiencia, etc.) o factores *pull* (naturaleza cultural de la fiesta, etc.) (Marujo, 2012).

Dimmock & Tiyce (2001) resaltan que hay siete motivaciones por las cuales las personas participan en eventos:

a) *Escape*: la mayoría de las veces los turistas viajan para salir de la rutina diaria, por eso la participación en un evento puede contribuir a ese escape;

b) *Ocio, relax y recreación*: la búsqueda de ocio, relax y recreación constituye una de las razones por las cuales las personas visitan eventos, especialmente festivales;

c) *Observación y participación*: la observación y la participación en la cultura de otro pueblo son motivos fuertes para visitar un evento cultural. Los turistas manifiestan interés en aprender y experimentar diferentes culturas.

d) *Socialización*: la socialización en un evento no contribuye sólo a aumentar el espíritu familiar o encontrarse con amigos, sino a establecer contactos sociales con otros pueblos y culturas. De acuerdo con Gelder & Robinson (2011) la socialización es el factor motivacional más consistente para participar en un evento;

e) *Aprendizaje*: los eventos culturales, especialmente los tradicionales, ofrecen a los turistas la oportunidad de contactarse con diferentes culturas aprendiendo sobre sus hábitos y costumbres;

f) *Nostalgia*: los eventos tradicionales son una forma de preservar la memoria de un pueblo. Por eso los turistas durante el evento pueden revivir una historia del pasado;

g) *Experiencia*: la experiencia constituye una de las mayores motivaciones para participar en un evento cultural. De hecho, 'bucear' en otra cultura y experimentar sus costumbres es algo que los visitantes exigen cada vez más de un evento tradicional (Marujo, 2012).

METODOLOGÍA

El presente estudio pretende identificar y analizar la principal motivación que lleva a los turistas a visitar la Fiesta de Fin de Año en Isla de Madeira. Como hipótesis de investigación del estudio se definió la siguiente: La principal motivación para que los turistas participen por primera vez en la Fiesta de Fin de Año está asociada al conocimiento e involucramiento en la cultura de la fiesta. Para alcanzar el objetivo se aplicó una encuesta durante la Fiesta entre el 28 y 31 de diciembre de 2008 en la ciudad de Funchal (sede de las atracciones culturales de la Fiesta). La misma se aplicó en cinco idiomas (portugués, alemán, español, francés e inglés). Las encuestas constituyen uno de los más populares métodos de recolección de datos para los investigadores en turismo y son muy eficaces en el relevamiento sistemático de información proveniente de grandes grupos (Altinay & Paraskevas, 2008). La elaboración de la encuesta se basó en la revisión de la bibliografía y para afinar las preguntas sobre las motivaciones relacionadas con la naturaleza de la Fiesta se realizó en 2007 un pretesteo a los turistas durante el evento.

También se recurrió a la técnica de observación directa y participante y la investigadora fue integrada al Proyecto 'Aldea Etnográfica'. Éste participa desde 1983 en la organización de la Fiesta de Fin de Año y su principal objetivo es mostrar a los turistas y residentes las costumbres y tradiciones de la cultura popular madeirense. Se trata de una iniciativa que a través de la gastronomía típica, las artesanías, las danzas folclóricas y las exposiciones en vivo revive viejas tradiciones que la modernidad tiende a olvidar.

Para alcanzar el objetivo propuesto se optó por una muestra no probabilística por conveniencia entendida como un procedimiento en el cual la representatividad de la misma es sacrificada por la facilidad para obtener el modelo (Pizam, 1994). Se destaca que en el turismo y en los eventos la muestra por conveniencia se refiere a la selección de los participantes para un estudio en base a su proximidad con el investigador y la facilidad con que éste puede acceder a esos participantes (Jennings, 2010). Según algunos autores la muestra por conveniencia *"es la más apropiada para un evento... porque los participantes están en movimiento y no existe una base de muestreo"* (Esu & Arrey, 2009: 185). En los estudios sobre eventos o festivales la muestra por conveniencia ha sido aplicada por diversos autores al analizar la experiencia (Morgan, 2007); las motivaciones (Crompton & McKay, 1997; Lee et al., 2004) y la satisfacción (Esu & Arrey, 2009). *"La muestra por conveniencia es sin duda la forma más débil de muestreo, pero infelizmente es la más usada"* (Pizam, 1994: 102). En este estudio se aplicaron 521 encuestas.

ANÁLISIS DE LOS DATOS

Los objetivos de la encuesta fueron identificar: el perfil sociodemográfico de los turistas, las motivaciones de los turistas para visitar Ilha da Madeira, las motivaciones de los turistas para participar en la Fiesta de Fin de Año y la intención de comportamiento futuro.

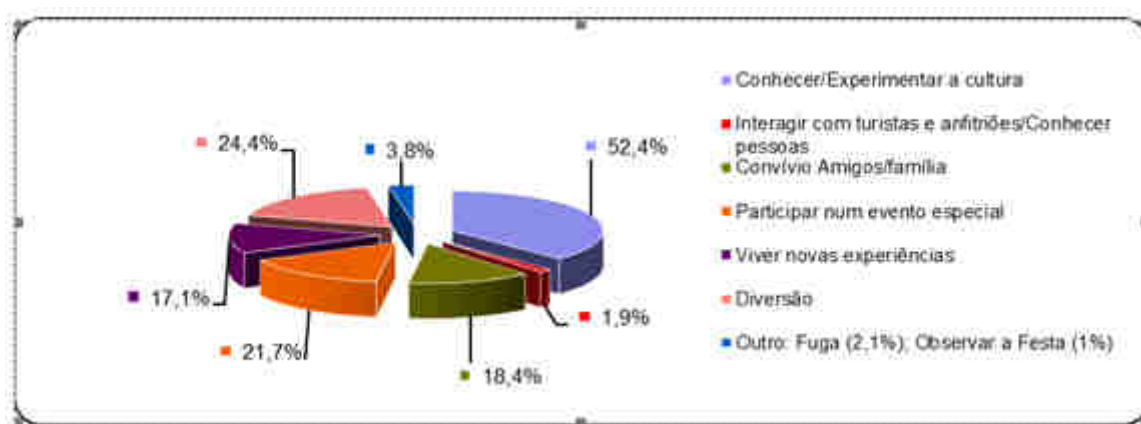
De las 521 encuestas aplicadas en la Fiesta de Fin de Año el 50,6% de los turistas era de sexo femenino y el 49,4% de sexo masculino. El 38,6% de los turistas pertenecía a la franja etaria de 60-69 años, el 30,3% se situaba entre los 50-59 años, el 14,8% entre los 40-49, el 7,5% tenía entre 30-39 años, el 5,4% pertenecía a la franja de 20-29 y el 2,3% tenía 70 años o más. Mientras que un 1,2% pertenecía a la franja etaria de 19 años o menos.

En cuanto al origen de los turistas se observó que la nacionalidad portuguesa aparecía en primer lugar con 33,3%. Reino Unido surgía con 17,2%, Alemania con 14,9%, España con 5,6%, Dinamarca con 4,4%, Holanda con 4,4%, Suecia con 4,2%, Francia con 3,5%, Finlandia con 2,9%, Irlanda con 2,3%, Suiza con 2,1%, Italia con 1,5%, Polonia con 1,3%, Noruega con 0,8%, Rusia con 0,6%, Rumania con 0,4% y Sudáfrica con 0,2%. El 0,4% de los turistas no refirió su nacionalidad. En relación a los principales mercados emisores de turismo se verificó que a nivel internacional Alemania y Reino Unido siguen siendo los dos principales países que más visitan Ilha da Madeira.

El 68,9% de los turistas dijo que no era la primera vez que estaba en la región y el 31,1% mencionó que era su primera visita a Ilha da Madeira. A pesar de que el 68,9% no hacía su primera visita a la región, sólo el 29,8% ya había estado en el evento. Para quienes visitaban Ilha da Madeira por primera vez las dos principales motivaciones estaban asociadas a los 'eventos culturales' (28,4%) y a la 'curiosidad por conocer la isla' (24%). Para los turistas que ya habían estado anteriormente en la región las dos principales motivaciones estaban asociadas a los 'eventos culturales' (66,6%) y al 'clima' (29%). Esto significa que en algunos casos los eventos culturales funcionan como la motivación principal para visitar un destino.

Las principales motivaciones (Gráfico 1) para que los turistas participen por primera vez en la Fiesta estaban asociadas a las siguientes categorías: 'Conocer y/o experimentar la cultura de la Fiesta' (52,4%); 'Diversión' (24,4%); 'Participar en un evento especial' (21,7%); 'Convivir con amigos o familia' (18,4%), 'Vivir nuevas experiencias' (17,1%); e 'Interactuar con turistas y anfitriones' (1,9%). En la categoría 'Otro' se destaca la motivación de la 'Fuga' (2,1%) y la 'Observación de la Fiesta' (1%).

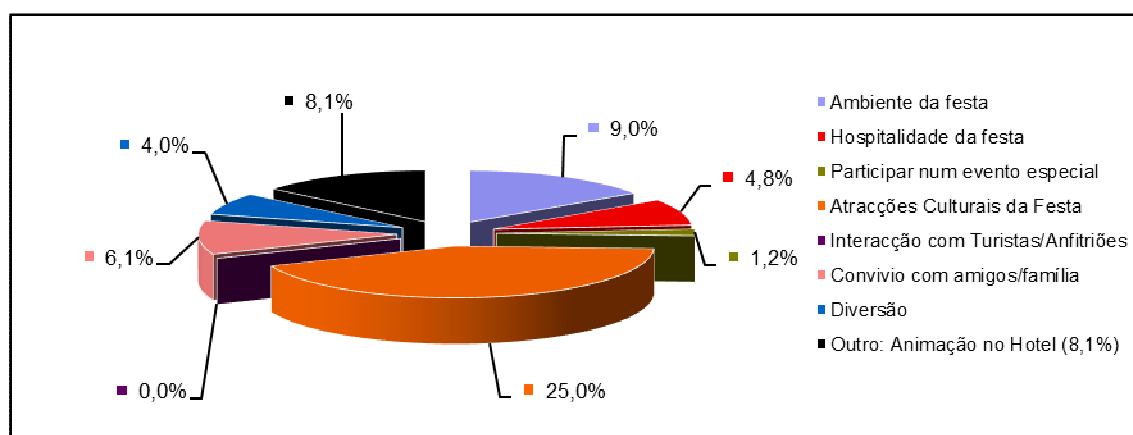
Gráfico 1: Principales motivaciones de los turistas que participan por primera vez en la Fiesta



Fuente: Elaboración propia

Las principales motivaciones (Gráfico 2) para que los turistas vuelvan a la Fiesta estuvieron asociadas a las siguientes categorías: 'Atracciones culturales' (25%); 'Ambiente de la Fiesta' (9%); 'Convivencia con amigos y familia' (6,1%); 'Hospitalidad de la Fiesta' (4,8%); 'Diversión' (4%) y 'Participar en un evento especial' (1,2%). A la categoría 'Interacción con turistas y anfitriones' ninguno de los turistas la mencionó como motivación y en la categoría 'Otro' se destaca la 'Animación en el hotel' (8,1%).

Gráfico 2: Principales motivaciones para participar nuevamente en la Fiesta



Fuente: Elaboración propia

A través del Gráfico 1 y 2 se puede observar que la principal motivación para participar en la Fiesta está relacionada con las manifestaciones culturales que presenta el evento. De hecho si el turismo en su esencia lidia con la identidad de las sociedades y la diversidad cultural, entonces las motivaciones del turista pueden estar asociadas a la búsqueda de conocimiento sobre un determinado lugar basado en el patrimonio material e inmaterial. Así, los eventos culturales pueden funcionar como un 'retrato' del patrimonio cultural de una comunidad local. No obstante, deben estar

siempre de acuerdo con las necesidades y deseos de esa comunidad para no correr el riesgo de ser rechazados por ella.

De acuerdo con el Gráfico 1 para la mayoría de los turistas que participaron por primera vez en la Fiesta, la principal motivación estaba asociada a la categoría '*conocer y experimentar la cultura de la fiesta*'. Así, la hipótesis previamente diseñada (La principal motivación para que los turistas participen por primera vez en la Fiesta de Fin de Año está asociada al 'conocimiento y/o involucramiento en la cultura de la fiesta') es confirmada por los datos recolectados. Esto significa que en algunos casos, conforme lo referido en las cuestiones teóricas, las motivaciones para participar en un evento están asociadas a los beneficios culturales que el mismo le presenta al visitante. Cada evento cultural es único y a través de sus singularidades los consumidores se sienten persuadidos a 'bucear' en esa cultura auténtica. Es la identidad cultural de un pueblo la que atrae turistas y visitantes a una localidad, y en ciertos casos esa identidad cultural es representada a través de los eventos. Por otro lado, la identidad cultural de una región promovida por los medios de comunicación provoca en el turista el interés por esa cultura, llevándolo a observar, experimentar y comprender comportamientos y actitudes que muchas veces son muy diferentes a las de su lugar de origen.

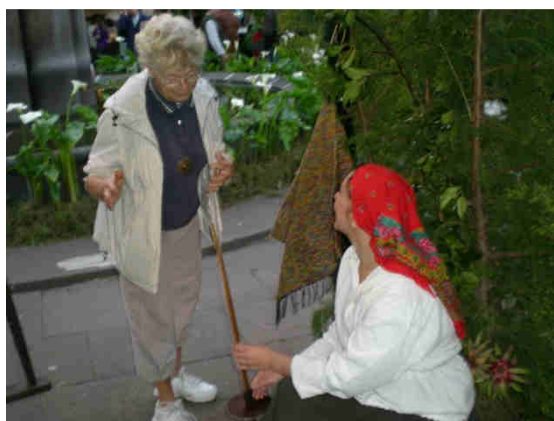
Durante la observación directa y participante realizada en el proyecto de la Aldea Etnográfica se observó el involucramiento de los turistas con la cultura de la Fiesta y muchos de ellos buscaban informarse sobre los aspectos culturales del evento (Figura 3). Esto demuestra que los turistas en su visita a la Fiesta manifestaron interés por aprender algo nuevo sobre otra cultura. Hoy en día el turista no quiere sólo experiencias de entretenimiento o escape, sino que busca experiencias educativas que contribuyan a su aprendizaje. En muchos destinos la cultura es la principal base para atraer turistas que quieren aprender más sobre otros lugares.

Figura 3: Turistas informándose sobre las tradiciones de la Fiesta

Turistas informándose sobre la gastronomía



Turista informándose sobre las artesanías



Fuente: Xavier Marujo (2008)

De hecho, la naturaleza cultural de la Fiesta de Fin de Año y la forma en que es organizada permite que las motivaciones de los turistas estén dirigidas a la adquisición de conocimiento sobre las

tradiciones. Hay que destacar que la Fiesta es organizada por la población madeirense, o sea que no tiene agentes externos en su planificación y organización. Por otro lado fue posible verificar a través de la observación que la motivación de la 'interacción social' puede surgir en los turistas durante su visita a la Fiesta.

La Fiesta, especialmente en el aspecto gastronómico, permite que los turistas no sólo puedan experimentar algunas tradiciones gastronómicas sino que también puedan observar cómo se elaboran las mismas (Figura 4).

Figura 4: Gastronomía en vivo



Fuente: Xavier Marujo (2008)

La gastronomía como producto turístico permite el fortalecimiento de la comunidad en relación a su historia y cultura. Ésta constituye la identidad de una sociedad (Schlüter, 2003). En la Fiesta de Fin de Año la gastronomía funciona como un símbolo que puede fomentar las relaciones sociales humanas en las diferentes sociedades. No obstante, se verificó que uno de los factores que puede reducir el contacto cultural entre turistas y anfitriones es la barrera lingüística. De hecho, muchos turistas al aproximarse a las atracciones de la fiesta intentaban interactuar con algunos de los miembros de la aldea etnográfica y no lo conseguían.

“A veces los turistas nos hacen preguntas pero nosotros no sabemos responder porque no entendemos su idioma. Nos damos cuenta de qué se trata pero sólo podemos devolver una sonrisa acompañada de un adiós” (Comentario de una informante que servía la sopa de trigo).

Los turistas portugueses fueron los que demandaron información más profunda sobre las tradiciones gastronómicas. Algunos turistas portugueses, españoles, franceses e ingleses que estaban en la Fiesta de Fin de Año por primera vez manifestaron interés por aprender sobre las tradiciones gastronómicas de la región. Después del contacto algunos sacaron fotos o filmaron y

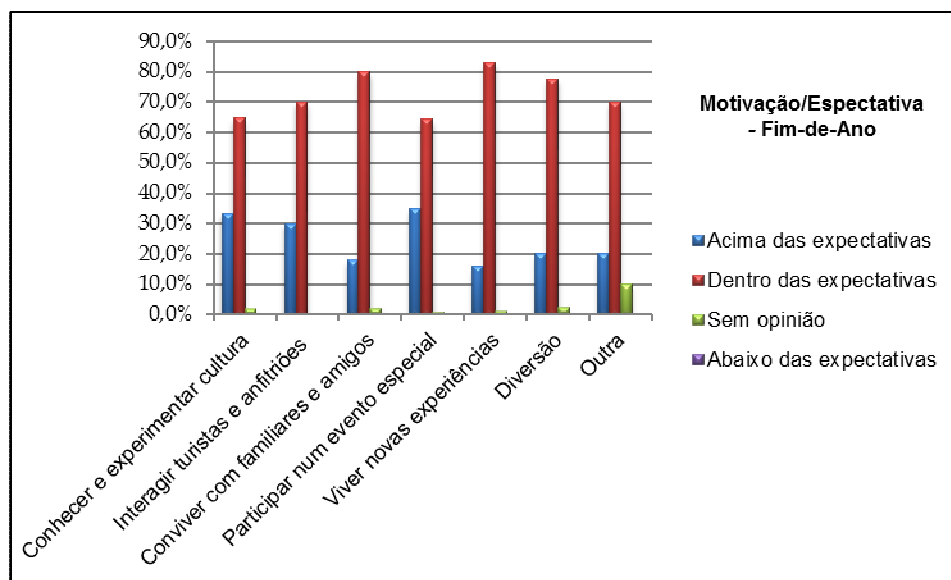
siguieron observando otras atracciones. Otros, además de registrar fotográficamente las atracciones e interacciones, dijeron que volverían más tarde para probar la cocina regional.

El Proyecto ‘Aldea Etnográfica’ de la Fiesta de Fin de Año ofrece a los turistas un pequeño viaje al pasado desde la gastronomía de la región. Por la mañana y bajo la mirada de los turistas y residentes con los elementos de la ‘Aldea Etnográfica’ se elabora de forma tradicional la sopa de trigo, el *bolo do caco* y la *poncha*. Los turistas observan, adquieren conocimiento, experimentan y se llevan el recuerdo de una cultura singular. “La gastronomía... es un medio para la socialización... y es una forma de experimentar nuevas culturas” (Mitchell & Hall, 2003: 60). La gastronomía permite el encuentro entre diferentes culturas y también sirve para valorizar la identidad de un lugar turístico.

En la naturaleza cultural de la Fiesta de Fin de Año aún existen los fuegos artificiales y las decoraciones con luces en las calles de la ciudad de Funchal. El diseño de las luces está asociado a las tradiciones regionales y también constituye un motivo de atracción para muchos turistas. Pero el momento más importante de la Fiesta es el de los fuegos artificiales que rodea a turistas y anfitriones de un ambiente encantador.

Al cruzar las motivaciones para que los turistas participen por primera vez en la Fiesta con las expectativas (Gráfico 3) se observó que ninguna de las motivaciones quedó ‘*por debajo de las expectativas*’ de los turistas.

Gráfico 3: Motivación Primera Vez Fiesta/Expectativa



Fuente: Elaboración propia

En el análisis del Gráfico 3 se observa que el grado ‘*dentro de las expectativas*’ es el que más se evidencia, lo que significa que para gran parte de los turistas encuestados sus motivaciones para

participar en la fiesta coincidieron con sus expectativas. En el caso de las motivaciones que estuvieron '*por encima de las expectativas*' para los turistas se puede mencionar la motivación '*conocer y experimentar la cultura*' de la fiesta (33,3%) y la motivación '*participar en un evento especial*' (34,8%).

En relación a la recomendación de la Fiesta el 99,8% de los turistas dijo que recomendaría el evento y el 0,2% dijo que tal vez lo haría. En cuanto a la intención de comportamiento futuro el 42,6% de los turistas aseguraron que regresarían a la Fiesta, el 55,9% mencionó la categoría 'tal vez', el 1,2% de los turistas no manifestaron intención de volver y el 0,3% no sabía si regresaría.

CONCLUSIÓN

El desarrollo de eventos culturales en el área de turismo es una realidad evidente en todo el mundo. Los mismos funcionan como instrumentos de promoción de la imagen de una ciudad o villa como destino turístico a ser consumido. Pero también es una manera de que muchas regiones preserven su identidad cultural. La Fiesta de Fin de Año permite a la población madeirense revelar ante la sociedad globalizada sus hábitos y costumbres tradicionales que se manifiestan a través de las artesanías, la gastronomía y las danzas folclóricas. Hay que subrayar que la cultura se constituye por los signos, símbolos, valores y representaciones de una comunidad, o sea que constituye el elemento de identidad de un pueblo, un lugar y un grupo. Así, cada sociedad refleja a través de la composición de su cultura la manera de ser y sobrevivir en determinado espacio durante cierto período histórico. En la actualidad es la diversidad cultural la que atrae turistas hacia distintos lugares. Por eso, los eventos culturales de cariz tradicional constituyen un 'arma' importante para los promotores del turismo.

Las motivaciones para participar en un evento varían de acuerdo con las regiones visitadas, el tipo de fiesta o festival, la tipología de los turistas y las variables socio-demográficas y culturales. Las mismas abarcan desde la socialización o interacción, el aprendizaje sobre otras culturas y las experiencias adquiridas. En el estudio se verificó que hay motivaciones que pueden surgir durante la Fiesta como la interacción social.

El turista de eventos culturales puede presentar diferentes motivaciones para participar en una fiesta o festival. Por otro lado, es la naturaleza de la Fiesta y la forma como ella es planeada y organizada lo que va a determinar el grado de satisfacción o insatisfacción del turista en el evento. La identificación de las motivaciones de los turistas para participar en eventos culturales es fundamental para que en el futuro los organizadores mejoren las atracciones y actividades culturales de la fiesta y fidelicen o atraigan más visitantes.

En el análisis de los datos se observó que la principal motivación de los turistas para participar en la Fiesta se asociaba a las manifestaciones culturales incluidas en el evento. Es obvio que las

motivaciones para participar en un evento cultural varían de acuerdo con las regiones visitadas y con la naturaleza de la fiesta. Pero en el caso de la Fiesta de Fin de Año en Madeira la identificación de estas motivaciones y tipologías son fundamentales para que los promotores de los eventos sigan apostando fuertemente a las tradiciones culturales, pues la importancia de la cultura en la motivación para participar u observar una fiesta está claramente asociada al significado e interés de la cultura que la misma conmemora.

Se recomienda para el futuro que los promotores de la Fiesta de Fin de Año en Ilha da Madeira apuesten a escenarios culturales que permitan una participación más activa de los turistas en el evento. Por otro lado, se aconseja la participación de los más jóvenes (que dominen lenguas extranjeras) en lo referente a proyectos para quebrar la barrera lingüística entre turistas y anfitriones.

Sintetizando, es importante que la investigación sobre las motivaciones en eventos culturales continúe desarrollándose pues *“cuanto más puede decir un gestor de eventos sobre sus visitantes, mayor es la posibilidad que tendrá el evento de igualar o superar las expectativas previas del visitante y de que este visitante salga del evento muy satisfecho con su experiencia”* (Mohr et al., 1993: 96).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allen, J.; O'Toole, R.; Harris, R. & McDonnell, I.** (2011) “Festival and special event management.” John Wiley & Sons Australia, Milton
- Altinay, L. & Paraskevas, A.** (2008) “Planning research in hospitality and tourism”. Butterworth-Heinemann, Amsterdam
- Balduino, B.; Balduino, J. & Menezes, P.** (2011) “La contribución del sector de eventos a la hotelaría de João Pessoa (Paraíba – Brasil)”. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo* 20(6): 1497-1512
- Bowdin, G.; Allen, J.; O'Toole, W.; Harris, R. & McDonnell, I.** (2011) “Events management”. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford
- Britto, J. & Fontes, N.** (2002) “Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo.” Aleph, São Paulo
- Craik, J.** (1997) “The culture of tourism”. En: Rojek, C. & Urry, J. (Eds.) *Touring cultures: transformations of travel and theory*. Routledge, London, pp. 113-136
- Crompton, J.** (1979) “Motivation for pleasure vacations”. *Annals of Tourism Research* 6(4): 408-424
- Crompton, J. & McKay, S.** (1997) “Motives of visitors attending festival events”. *Annals of Tourism Research* 24(2): 425-439
- Dimmock, K. & Tiyce, M.** (2001) “Festivals and events: celebrating special interest tourism”. In: Douglas, N.; Douglas, N. & Derret, R. (Eds.) *Special interest tourism: context and cases*. John Wiley & Sons Australia, Milton, pp. 355-383
- Esu, B. & Aarrey, V.** (2009) “Branding cultural festival as a destination attraction: a case study of Calabar Carnival Festival”. *International Business Research* 2(3): 182-192

- Gelder, G. & Robinson, P.** (2011) "Events, festivals and the arts". In: Robinson, P.; Heitmann, S. & Dieke, P. (Eds.), *Research Themes for Tourism*. Cabi International, Wallingford, pp. 128-145
- Getz, D.** (2002) "Why festivals fail". *Event Management* 7(4): 209-219
- Getz, D.** (2010) "The nature and scope of festival studies". *International Journal of Event Management Research* 5(1): 1-47
- Goldblatt, J.** (2008) "Special events: the roots and wings of celebration". John Wiley & Sons, New Jersey
- Hudson, S.** (1999) "Consumer behaviour related to tourism". En: Pizam, A. & Mansfeld, Y. (Eds.) *Consumer Behaviour in Travel and Tourism*. The Haworth Hospitality Press, Binghamton, pp. 7-32
- Ivanovic, M.** (2008) "Cultural tourism". Ken McGillivray, Cape Town
- Jennings, G.** (2010) "Tourism research". John Wiley & Sons Australia, Milton
- Lee, C.; Lee, Y. & Wicks, B.** (2004) Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management* 25(1): 61-70
- Li, X. & Petrick, J.** (2006) "A review of festival and event motivations studies". *Event Management* 9(4):239-245
- Marujo, N.** (2012) "Turismo, turistas e eventos: O caso da Ilha da Madeira". Dissertação de Doutorado em Turismo, Universidade de Évora, Évora
- Mitchell, R. & Hall, C.** (2003) "Consuming Tourists: food tourism consumer behaviour". En: Hall, C.; Sharples, L.; Mitchell, R.; Macdonald, N. & Cambourne, B. (Eds.) *Food tourism around the world. Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann, Oxford, pp.60-80
- Morgan, M.** (2007) "Festival spaces and the visitor experience". En: Diaz, M; Everett, S. & Wilson, J. (Eds.) *Social and cultural change: making space for leisure and tourism*. Leisure Studies Association, Eastbourne, pp. 113-130
- Mohr, K.; Backman, K.; Gahan, L. & Backman, S.** (1993) "An investigation of festival motivations and event satisfaction by visitor type". *Festival Management and Event Tourism* 1(3): 89-97
- Nicholson, R. & Pearce, D.** (2001) "Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four south island events". *Journal of Travel Research* 39(4): 449-460
- Pizam, A.** (1994) "Planning a tourism research investigation". En: Ritchie, J. & Goeldner, C. (Eds.) *Travel tourism and hospitality research: a handbook for managers and researchers*. John Wiley & Sons, New York, pp. 91-104
- Pizam, A.; Neumann, Y. & Reichel, A.** (1979) "Tourist satisfaction: uses and misuses". *Annals of Tourism Research* 6(2): 195-197
- Prentice, R. & Andersen, V.** (2003) "Festival as creative destination". *Annals of Tourism Research* 30(1): 7-30
- Raj, R.; Walters, P. & Rashid, T.** (2009) "Events management: An integrated and practical approach". Sage Publications, London
- Ribeiro, J.; Vareiro, L.; Fabeiro, C. & Blas, X.** (2005) "Importância da celebração de eventos culturais para o turismo do Minho-Lima: um estudo de caso". *Revista Portuguesa de Estudos Regionais* 11: 61-76

- Richards, G. & Palmer, R.** (2010) "Eventful cities: cultural management and urban revitalization". Butterworth-Heinemann, Amsterdam
- Richards, G. & Wilson, J.** (2001) "The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe". *Urban Studies* 41(10): 1931-1951
- Ryan, R. & Deci, E.** (2000) "Intrinsic and extrinsic motivations: classic definitions and new directions". *Contemporary Educational Psychology* 25: 54-67
- Schlüter, R.** (2003) "Gastronomia e turismo". Aleph, São Paulo
- Sharpley, R.** (2006) "Travel and tourism". Sage Publications, London
- Silva, I.** (1985) "A Madeira e o turismo: Pequeno esboço geográfico". SRTC, Funchal
- Shofield, P. & Thompson, K.** (2007) "Visitor motivation, satisfaction and behavioural intention: the 2005 Naadam Festival, Ulaanbaata". *International Journal of Tourism Research* 9 (5):329-344
- Shone, A. & Parry, B.** (2004) "Successful event management: a practical handbook". Thomson, London
- Urry, J.** (1996) "O olhar do turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas." Studio Nobel, São Paulo
- Uysal, M.; Gahan, L. & Martin, B.** (1993) "An examination of event motivations: A case study". *Festival Management and Event Tourism* 1(1): 5-10
- Vieira, A.** (1999) "As luzes da festa". SIRAM, Funchal
- Yoon, Y. & Uysal, M.** (2005) "An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model". *Tourism Management* 26(1):45-56

Recibido el 11 de mayo de 2013

Reenviado el 20 de mayo de 2014

Aceptado el 30 de mayo de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

GESTIÓN LOCAL DE RECURSOS DE USO COMÚN EN TURISMO

La perspectiva de Elinor Ostrom

Vladimir Fernandes de Santana*

Joaquim Rubens Fontes Filho**

Fundação Getúlio Vargas - Rio de Janeiro, Brasil

Saulo Barroso Rocha***

Universidade Federal Fluminense –

Niterói, Brasil

Resumen: El objetivo de este artículo es explorar la adecuación de las propuestas de Elinor Ostrom relativas a la gobernanza de recursos de uso común en el sector de turismo a partir de un estudio de caso en una Unidad de Conservación en Brasil, analizando los mecanismos de organización e institucionalización de las prácticas de gestión colectiva. Los trabajos de la autora, que recibió el Premio Nobel de Economía en 2009, contribuyeron a revisar el pensamiento anterior que preveía la incapacidad de la gestión colectiva de los espacios de explotación y uso comunes (common pool resources), demostrando que las comunidades locales son capaces de gestionar sus recursos de forma sustentable dentro de un acuerdo institucional adecuado. La metodología se basa en el estudio de un caso de gestión exitoso, el Parque Estadual de la Ilha do Cardoso (PEIC) en Brasil, lugar de particular relevancia para la preservación de la cultura local y el medio ambiente, para realizar estudios científicos y practicar turismo ecológico. La información relativa al funcionamiento del consejo consultivo constituido y las características y expectativas de la población del Parque fueron recolectadas a través de los testimonios de los pobladores y gestores mediante una entrevista no estructurada. El artículo se propone estudiar los elementos de autogestión y autogobernanza de los recursos naturales y relacionar la aplicación de las ideas de Elinor Ostrom al sector turístico.

PALABRAS CLAVE: Elinor Ostrom, recursos de uso común, gobernanza, turismo.

Abstract: Local Management of Common Pool Resources in Tourism. The Approach of Elinor Ostrom. The paper aims to explore the approaches of Elinor Ostrom related to the governance of common pool of resources in the tourism sector based on a case study in a conservation area in Brazil, analyzing the mechanisms of organization and institutionalization of practices of collective management. The work of the author, the Nobel Prize for Economics in 2009, contributed to review the previous thought that prior to the inability of the collective management of spaces and use of common pool resources, demonstrating that local communities are able to manage their resources in a sustainable manner, within appropriate institutional arrangement. The methodology is based on a case study of the application of recognized success in terms of management, the Parque Estadual da

* Geógrafo por la Universidad de São Paulo, São Paulo, Brasil. Maestría en Administración Pública por la Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE-FGV), Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, Brasil. Asistente de Investigación en el Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (CEBRAP), Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: vfdesantana@gmail.com

** Doctor en Administración Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE-FGV), Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, Brasil; e Ingeniero de Producción Universidad Federal de Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Profesor y Consultor de la Fundação Getúlio Vargas. Becario de productividad en el Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Rio de Janeiro, Brasil. Investigador de la Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: Joaquim.rubens@fgv.br

*** Doctor en Administración y Maestría en Gestión Empresarial por la por la Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE-FGV), Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, Brasil. Professor Adjunto en el Departamento de Empreendedorismo y Gestão de la Universidade Federal Fluminense, Niterói, Brasil. E-mail: saulorocha@id.uff.br

Ilha do Cardoso, in Brazil, a place of particular importance for the preservation of local culture, the environment, as well as to scientific studies and eco-tourism. The information relating to the operation of the local council and the characteristics and expectations of the population of the Park were gathered in the testimonies of residents and managers, from non-structured interview. The Article proposes both reveal the elements of a situation of self-management and self-governance policies of natural resources as relate to the application of the ideas of Elinor Ostrom to the tourism sector.

KEYWORDS: *Elinor Ostrom, common pool resources, governance, tourism.*

INTRODUCCIÓN

El trabajo seminal de Hardin (1968), que postula la incapacidad de la gestión colectiva de los espacios de explotación y uso comunes (common-pool resource - CPR), abrió el debate sobre la necesidad de la intervención estatal o privada para regular su uso. De hecho, la influencia de este artículo puede asociarse a la postura de los gobiernos de delegar al Estado o a un agente privado la responsabilidad de la gestión de las áreas de acceso a los recursos naturales de uso común, como reservas pesqueras, parques naturales o campos de pastoreo colectivos.

El análisis que funda esa decisión puede asociarse a los principios ampliamente difundidos por la corriente hegemónica del pensamiento económico moderno: los hombres son seres racionales que siempre actúan buscando un beneficio personal inmediato (*homo economicus*), y en ausencia de un poder regulador represor perseguirán sus intereses individuales aunque eso perjudique al colectivo (Ostrom & Ostrom, 1971). De esa forma, las opciones para desarrollar el gerenciamiento de un CPR son la privatización con la delegación de los derechos de propiedad a un ente privado, la gestión por parte del gobierno o la gestión a cargo de la colectividad o en forma cooperativa bajo un régimen de propiedad común (Healy, 1994).

La aplicación de las premisas de racionalidad e individualismo de los agentes en la gestión de acciones colectivas englobadas por un conjunto de teorías, en particular la teoría de la acción colectiva (Olson, 1971) en la cual el problema del parásito o polizón (*free-rider*) puede debilitar acuerdos y esfuerzos colectivos, representa la dificultad central ya que los intereses de pequeños grupos activos pueden ser favorecidos frente a grupos mayores con intereses difusos. Para Ostrom, Walker & Gardner (1992) la referencia a ese problema en la gestión de los recursos colectivos puede asociarse a la necesidad de un Leviatán, un gobierno central controlador del poder y las decisiones de la sociedad, como propone Hobbes. Para Hobbes este poder coercitivo era necesario para obligar a los individuos a cumplir sus compromisos por medio de una punición superior al beneficio que podría obtener del no cumplimiento (Ostrom, Walker & Gardner, 1992).

Estas teorías fueron cuestionadas por diversos pensadores entre quienes se destaca Elinor Ostrom, cuyo trabajo fue reconocido con el Premio Nobel de Economía en 2009. Ostrom estudia

casos de comunidades donde los individuos unen sus intereses personales a los colectivos y usan los CPRs de forma sustentable (Ostrom, Walker & Gardner, 1992).

Los CPRs son conjuntos de recursos donde la exclusión o impedimento de uno de los beneficiarios o usuarios de los recursos (pescadores, pastores o irrigadores), denominados *appropriators* (Ostrom, Walker & Gardner, 1992), es costoso y la explotación por parte de un usuario reduce la disponibilidad de los recursos para los demás (Moore & Rodger, 2010). Entre los CPRs pueden mencionarse las poblaciones de peces, pasturas, reservas de agua para riego y espacios y bienes turísticos como paisajes y espacios salvajes (Healy, 1994). La importancia del estudio de los CPRs en turismo puede ser destacada por el análisis de Healy (2006), para quien una de las principales razones que hace difícil la gestión de los recursos de un destino turístico es que muchos de sus atributos más importantes son recursos comunes, por lo tanto sujetos a la "tragedia de los comunes".

Este artículo describe los procesos sociales e institucionales involucrados en la creación e implementación del Parque Estadual de la Ilha do Cardoso (PEIC) y de su Consejo Consultivo (CC), dialogando con la obra de Ostrom sobre autogestión y auto-gobernanza. Su objetivo es analizar las posibilidades presentadas por las propuestas de gestión del espacio colectivo según Elinor Ostrom, investigando los elementos institucionales, legales y sociales necesarios para que una comunidad se gobierne usando sus recursos de forma sustentable sin injerencia ostensiva del Estado. Para su desarrollo se estudió el caso del CC del PEIC considerando el proceso histórico que culminó en la creación de áreas de protección ambiental gestionadas por el Estado, el debate que rodea a esta forma de gestión, la viabilidad de formas alternativas de gestión dentro de las actuales imposiciones legales e institucionales, y los desafíos y potencialidades implicados en la propuesta de gestionar de forma alternativa las UCs brasileñas que en general son habitadas por poblaciones tradicionales.

Inicialmente se discuten las premisas de racionalidad que pautan los análisis de Olson (1971) y Hardin (1968) para contraponerlas con las de Elinor Ostrom y sus colaboradores, destacando las ventajas de la complementariedad entre el gobierno y la acción local para fortalecer la democracia, la adecuación de las condicionantes coyunturales específicas y responsabilizarse por la implementación. Para contextualizar el debate sobre la actualidad de los espacios autogestionados y las Unidades de Conservación, el artículo presenta el marco legal sobre el tema en Brasil, la influencia de las poblaciones tradicionales sobre este modelo y su operatividad. El caso del PEIC se presenta en base a entrevistas y referencias bibliográficas y sus características son evaluadas según las ideas de Elinor Ostrom.

MARCO TEÓRICO

Perspectivas sobre los Recursos de Uso Común (CPR - *Common Pool Resources*)

Olson (1971) presentó resultados de estudio que mostraban la significativa influencia en la organización de los grupos en la sociedad y su acción política. La teoría propuesta por el autor establecía que los hombres actúan siempre en función de sus intereses particulares, siendo incapaces de movilizarse en beneficio de un colectivo. La única manera de hacer que las personas dejen sus objetivos individuales en segundo plano y colaboren con los intereses del colectivo es la coerción a través de alguna forma de control (Olson, 1971; Ostrom, 2000).

Siguiendo esta línea de pensamiento Garrett Hardin publicó en 1968 *The Tragedy of the Commons*, artículo que tuvo un gran impacto en el medio académico y en la creación de políticas públicas. Hardin (1968) demostraba que los objetos de propiedad colectiva o uso compartido no son sustentables porque las personas actúan de forma egoísta y tienden a agotarlos. Hardin dice que el control por parte del Estado o la privatización serían las únicas formas de evitar que los individuos abusen de los recursos compartidos como cuencas hidrográficas, áreas verdes, vida marina, etc. (Ostrom, Walker & Gardner, 1992; Ostrom, 2000). Estas ideas tuvieron una gran repercusión porque reflejaron la preocupación por la crisis de los recursos naturales. Era claro que las naciones debían crear formas de cooperación supervisadas a escala mundial para evitar que las acciones abusivas de algunos países perjudicaran irremediablemente la vida de todo el planeta (Weschler, 1991).

Desde fines de la década de 1960, debido a la fuerza que esas dos teorías adquirieron la corriente principal del pensamiento académico sobre acciones colectivas, sostuvo que las formas rígidas de control que involucran un sistema de puniciones son la única salida para evitar el colapso de los recursos de los cuales depende la humanidad. Las ideas producidas en el campo de la administración pública también fueron llevadas en esa dirección, desarrollando teorías basadas en la necesidad del control estatal sobre las actividades individuales (Ostrom, Walker & Gardner, 1992; Ostrom, 2000).

En reacción a este movimiento diversos pensadores procuraron elaborar una perspectiva alternativa e igualmente sólida desde el punto de vista teórico, destacándose Elinor Ostrom. Durante las décadas siguientes esta autora intentó demostrar que a escala local la autogestión suele ser más efectiva que el control por parte de una autoridad gubernamental. La autora enfatizó la necesidad de estudiar las formas de auto-gobernanza establecidas por las comunidades exitosas en el manejo de sus recursos y de pensar la administración pública desde la perspectiva de esas personas (de abajo hacia arriba) (Ostrom, 2000; Ostrom, 2002).

En su libro *Governing the Commons* (Ostrom, 1990) propone diversos casos ilustrativos para dar credibilidad a su alegato de que una población en ciertas condiciones y con la orientación adecuada

es capaz de manejar sola, y de forma sustentable, los recursos de que dispone. La autora también se preocupó por identificar los factores que reducen las alternativas de los individuos de transformar las instituciones y construir condiciones de auto-gobernanza sustentable para la gestión de recursos compartidos. Criticó el exceso de leyes y reglas, esclareciendo que su impacto debe ser analizado con más cuidado considerando que las leyes también pueden producir consecuencias negativas (Ostrom, 1990; Weschler, 1991). Su visión alternativa se contrapuso a las perspectivas de Olson y Hardin, aunque estas continúen predominando. En el campo de la administración pública los estudios de Ostrom sirven de base para la auto-organización a escala local y su relación con los gobiernos centrales.

Los experimentos liderados por Elinor Ostrom con recursos de uso común mostraron que cuando los derechos de la propiedad no eran definidos y la comunicación entre participantes estaba bloqueada, los recursos eran explotados más allá de sus posibilidades. Mientras que al introducir la oportunidad de comunicación y elección de sus derechos en la división, los participantes tendían a ampliar la confianza mutua y a adherir a acuerdos no vinculantes generando óptimas decisiones (Ostrom, Walker & Gardner, 1992).

Organizaciones locales y políticas públicas: acciones complementarias

El debate entre modos de gobernanza asociados a la construcción e implementación de políticas públicas y formas de coordinación de las acciones de la sociedad ha adquirido nuevos límites más allá de la polarización entre jerarquías y mercados que proponía Ronald Coase en la década de 1930. Por ejemplo, alternativas a la organización de las actividades de producción en la década de 1980 y 1990 a través de los trabajos de Williamson (Tenbensel, 2005) e innumerables alternativas nuevas hoy en día. Las redes y acciones comunitarias aparecen como nuevas formas que se difunden y ganan relevancia (Hall, 2011).

El turismo abarca un contexto donde la gobernanza contempla la intersección de lo público, lo privado y las comunidades. A veces se contrasta la perspectiva *top-down* burocrática y centralizada del sector público con la perspectiva *bottom-up* descentralizada e inclusiva de las empresas y comunidades (Ruhanen et al., 2010). Son poco frecuentes los abordajes que debaten políticas públicas como actividades de grupos de ciudadanos organizados a escala local. Ostrom (2002) hace referencia a la importancia de redirigir el objetivo de esos estudios hacia las necesidades de las nuevas esferas de poder local. Esferas que se multiplican ante los nuevos desafíos de la sociedad. La propuesta de la autora no implica la substitución completa de las otras esferas de gobierno por la sociedad civil auto-gestionada. Constata que el modelo de administración pública actualmente hegemónico fracasa en sus intentos de lidiar con cuestiones del ámbito local. Esto es particularmente evidente cuando se analiza la disponibilidad de bienes y servicios públicos y la gestión de recursos compartidos. Por eso, Ostrom defiende la complementariedad entre el gobierno centralizado y la acción local, y enfatiza la necesidad de superar preconceptos incorporados por los académicos del

campo de la administración pública como la creencia en la necesidad de estructuras jerárquicas de gestión (Ostrom, 1971; Ostrom, Walker & Gardner, 1992; Ostrom, 2002).

La importancia de esa complementariedad está justificada por tres motivos. Primero, la democracia se fortalece a medida que la población está habilitada a evaluar con criterio el trabajo de sus gobernantes y servidores públicos. Segundo, las esferas de poder locales tienen más sensibilidad para reaccionar con precisión a condicionantes coyunturales específicas (Ostrom, 1971; Ostrom 2002). El tercer motivo es que en relación al manejo de sus recursos locales la población local si está bien informada y equipada toma decisiones más responsables que los gobernantes. Esto se debe a que tiene una antigua relación de dependencia directa de esos recursos, lo que genera cautela y proporciona una perspectiva a largo plazo sobre ellos en oposición al corto horizonte temporal de los mandatos electorales y la distancia burocrática de los gestores públicos (Ostrom, 2000; Ostrom, 2002).

Recursos Compartidos y Auto-gobernanza

Hace más de veinte años Ostrom (1990) advertía sobre la incapacidad de la academia o el Estado de proponer soluciones para el problema del uso compartido de los recursos. El fundamento de la crítica de Ostrom es que las tres respuestas más frecuentes al estancamiento de los recursos compartidos (privatización, regulación central y gestión a cargo de las partes interesadas) se equivocan en sus principios. Las dos primeras tienen el mismo defecto: suponer que la solución puede surgir de la reproducción de los modelos desarrollados para situaciones ajenas (mercado y Estado), radicalmente diferentes de la forma de propiedad implicada en el caso de los recursos compartidos. La tercer respuesta falla al suponer que la solución de conflictos entre actores en disputa será satisfactoria (Weschler, 1991).

La solución no es no imitar al Estado ni al mercado sino establecer un sistema de cooperación voluntaria basado en objetivos compartidos con una perspectiva cierta de alcanzar colectivamente beneficios determinados. Considerando que la idea de compartir recursos va en contra de la lógica predominante del pensamiento económico contemporáneo es preciso crear un ambiente institucional que incorpore los diferentes intereses de forma constructiva (Ostrom & Ostrom, 1971; Ostrom, 2000).

Para Elinor Ostrom alcanzar la eficiencia por medio de impuestos o tasas definidas por un gobierno central tiende a ser una solución no adecuada para CPR, porque las autoridades centrales no comprenden la situación local y los participantes no tienen ningún incentivo para revelar la información necesaria para alcanzar la eficiencia. Los problemas de los CPR en el mundo real tienden a involucrar interacciones repetidas (no singulares) entre un número relativamente pequeño de participantes que son capaces de desarrollar reglas y principios para controlar e imponer un grado de cooperación (Bergstrom, 2010).

En las observaciones de Ostrom las comunidades que tuvieron éxito fueron las que crearon un sistema de gobernanza propio con normas que reflejan sus necesidades y potencialidades específicas. Además, un sistema efectivo de control mutuo entre los miembros de esas comunidades es esencial para garantizar que la explotación de los recursos compartidos no implique su agotamiento (Weschler, 1991; Ostrom, Walker & Gardner, 1992).

Earl & Potts (2011) afirman que las propuestas de Ostrom se contraponen a las demás perspectivas económicas dirigidas a la gobernanza como las teorías de Williamson y Coase. Argumentan que la autora representa un análisis bottom-up que presupone que los individuos son capaces de realizar acuerdos y reglas colectivas a nivel local y que la posibilidad de practicar y reforzar estos acuerdos por las personas que los crean permite fortalecer la confianza entre los miembros de una comunidad. Esto implica que el problema de gobernanza de los CPRs no es de confianza y control sino de la eficacia de la comunicación y de la definición de las reglas e instituciones compartidas.

Los CPR y la gestión del turismo

Asociar la gestión del turismo a la coordinación en la gestión de recursos de dominio común significa asumir una nueva complejidad en esa gestión más allá de la dicotomía mercado-Estado. Moore & Rodger (2010) consideran que una dificultad crítica en la implementación del turismo sustentable es que muchos destinos turísticos se caracterizan como recursos de dominio común, excluyen a cualquiera que se beneficie de los recursos (turistas, población local, agentes de turismo) y la explotación por parte de un usuario reduce la disponibilidad del recurso para los demás.

Healy (1994) al analizar la gestión de paisajes y puntos turísticos destaca los dos problemas clásicos encontrados en esa gestión: limitar el uso o las visitas de modo de permitir un retorno óptimo sin perjudicar su uso para futuros visitantes, y crear incentivos a las inversiones para mejorar la calidad de esos paisajes y puntos turísticos cuando diversos no inversores (free riders) también recogen los frutos de esas inversiones.

Este debate sobre la acción colectiva e intereses individuales se reflejó en la institucionalización de las formas de gestión de Unidades de Conservación (UCs), definidas como áreas consideradas de expresivo valor ecológico a las cuales el poder público designa alguna forma de conservación ambiental, la preservación y difusión de la cultura local y el uso sustentable por medio del turismo. Las UCs entendidas como una CPR están potencialmente sujetas tanto a la tragedia de los comunes como a lo que Healy (1994) llama el problema de los incentivos en la inversión cuando un inversor no puede capturar sus resultados.

Aunque en Brasil la posición reglamentada por la legislación sea frecuentemente la de atribuir todo el poder y la responsabilidad de la gestión a los gobiernos, hay casos en los que las

comunidades locales participan activamente en esta función, expresando en la práctica la configuración analizada por Ostrom (1992). Este es el caso del Parque Estadual da Ilha do Cardoso (PEIC), localizado en el Estado de São Paulo. El PEIC presenta configuraciones típicas de CPR y prácticas relativas a la gestión social tipificadas por la creación del Consejo Consultivo (CC) que permite que los pobladores del parque participen de forma directa e intensa en su gestión.

Al tratar la cuestión de la relación entre el Estado y los CPR cabe citar a Lynch (2006: 3), quien se refiere al contexto de las florestas pero su teoría puede aplicarse a los CPR. *“La característica distintiva de los sistemas de posesión basados en la comunidad es que su legitimidad fundamental deriva de la comunidad donde actúan y no del Estado-nación en el que se localizan. En otras palabras, los participantes locales son los asignatarios primarios y agentes de derechos locales sobre los recursos de la floresta y no el gobierno nacional.”*

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para profundizar y comprender el abordaje propuesto por Ostrom dentro del contexto brasileño se realizó un estudio de caso en una Unidad de Conservación (UC) en funcionamiento en el país. El uso de esta metodología fue elegido por adherencia al propio trabajo de Ostrom que privilegió su uso para comprender cómo operan los sistemas autogestionados en el mundo (Ostrom, 2010).

El estudio se orientó a identificar las condiciones, los procesos, los mecanismos empleados y la dinámica de la construcción de los acuerdos institucionales destinados a cuidar los recursos naturales compartidos. Los casos estudiados por Ostrom (1990) muestran que para cada situación existe una respuesta distinta incluyendo complejos acuerdos institucionales (Weschler, 1991). Lo que todas las soluciones tienen en común es que para cada comunidad las cuestiones a resolver son tres: desarrollar instituciones, crear acuerdos confiables de acción colectiva y garantizar el monitoreo mutuo entre los participantes (Weschler, 1991).

Para la investigación se realizó un relevamiento y revisión bibliográfica sobre la historia de la creación de áreas de preservación gerenciadas por el Estado en Brasil y otros países y sobre la historia de la UC estudiada. Paralelamente, se realizó un relevamiento y análisis de las leyes federales y estatales brasileñas sobre preservación ambiental creadas a partir del inicio del siglo XX, principalmente en la década de 1960 en el estado de São Paulo.

La información relativa al funcionamiento del Consejo Consultivo (CC) y la población del PEIC fue obtenida a través del testimonio de cuatro pobladores y tres gestores del mismo parque mediante una entrevista no estructurada. Los pobladores del PEIC fueron entrevistados personalmente en la isla y los gestores por teléfono. La selección de los pobladores entrevistados se realizó mediante el método bola de nieve durante el trabajo de campo de uno de los investigadores en el Parque. Se solicitó a los pobladores entrevistados que recomendaron la entrevista a otros pobladores. Los gestores fueron

seleccionados por indicación de la administración del PEIC según la accesibilidad y todos respondían a un nivel medio. El resultado del artículo se propone mostrar los elementos de una autogestión y auto-gobernanza de recursos naturales y relacionar la aplicación de las ideas de Elinor Ostrom al contexto brasileño.

Gestión compartida de las Unidades de Conservación en Brasil

Las Unidades de Conservación (UCs) son áreas a las que el poder público atribuye un gran valor ecológico y designa alguna forma de conservación ambiental. Siguiendo las tendencias mundiales los movimientos ambientalistas brasileños establecieron desde la década de 1970 la necesidad de diversificar las categorías de las UCs para que éstas pudieran ser compatibles con diferentes tipos de actividad humana que produjeran diferentes grados de impacto ambiental. Han surgido configuraciones complejas de la confrontación permanente entre las asociaciones de pobladores locales, ONGs ambientalistas o vinculadas a organizaciones de jóvenes, institutos de investigación y agentes financiadores de proyectos de manejo sustentable (agricultura, extracción y pesca), agentes gubernamentales (en diferentes esferas del poder) y gestores de las diferentes áreas protegidas enfocadas, entre otros (Marinho & Angelo Furlan, 2011).

Dentro del campo de las políticas públicas el tema de la gobernanza en CPR, UCs y Áreas de Protección (APs) se relaciona con los acuerdos locales que a su vez se relacionan con los contextos técnicos, jurídicos, políticos e institucionales. En el año 2000 se creó por Ley Federal (Brasil, 2000) el Sistema Nacional de Unidades de Conservación (SNUC), que intenta dar cuenta de los tipos de uso de recursos naturales compatibles con la conservación del medio ambiente. Las UCs fueron divididas en dos grandes grupos, Unidades de Protección Integral y Unidades de Uso Sustentable. En el primero están las cinco categorías de UCs donde las actividades humanas son más restringidas y la conservación es más intensa (Estaciones Ecológicas, Reservas Biológicas, Parques Nacionales, Monumentos Naturales y Refugios de Vida Silvestre). Para las siete categorías de UCs del segundo grupo se prevén más formas de uso de los recursos naturales, incluso la explotación comercial de aquellos que son renovables pero de forma regulada para que no haya perjuicio ambiental grave o irreversible (Áreas de Protección Ambiental, Áreas de Relevante Interés Ecológico, Floresta Nacional, Reserva de Extracción, Reserva de Fauna, Reserva de Desarrollo Sustentable y Reserva Particular del Patrimonio Natural). El SNUC determina que cada UC precisa crear su propio plan de manejo para que el desarrollo de actividades de cada una sea planeado y su impacto ambiental sea previsto y controlado. Las determinaciones del SNUC para cada tipo de UC son genéricas. El plan de manejo de cada unidad va a especificar qué actividades serán permitidas y cuáles estarán prohibidas. Estos planes de manejo tampoco son estancos sino que deben ser reelaborados conforme se identifica la necesidad de revisar sus objetivos, prioridades o condiciones de aplicabilidad.

En el SNUC los Parques Nacionales conforman una de las cinco categorías pertenecientes al grupo de las Unidades de Protección Integral. En cuanto a los Parques Nacionales el SNUC

establece lo siguiente:

"Art. 11. El Parque Nacional tiene como objetivo básico la preservación de ecosistemas naturales de gran relevancia ecológica y belleza paisajística, posibilitando la realización de estudios científicos y el desarrollo de actividades de educación e interpretación ambiental, de recreación en contacto con la naturaleza y de turismo ecológico.

§ 1o El Parque Nacional posee dominio público y las áreas particulares incluidas en sus límites serán expropiadas, de acuerdo con lo que dispone la ley.

§ 2o La visita pública está sujeta a las normas y restricciones establecidas en el Plan de Manejo de la unidad, las normas establecidas por el organismo responsable de su administración y aquellas previstas en el reglamento.

§ 3o La investigación científica depende de autorización previa por parte del organismo responsable de la administración de la unidad y está sujeta a las condiciones y restricciones por éste establecidas, así como aquellas previstas en el reglamento.

§ 4o Las unidades de esta categoría creadas por el Estado o Municipio serán denominadas respectivamente Parque Estadual y Parque Natural Municipal" (Brasil, 2000).

Como se observa, no se especifica qué actividades deben ser prohibidas en estas UCs. Entonces, queda establecido que los planes de manejo a cargo de los organismos responsables tratarán estas particularidades. También queda determinado que esto vale además para los Parques Estaduales (como el caso de Ilha do Cardoso) y los Parques Municipales. La única restricción federal explícita en cuanto a las UCs de esta categoría es que las propiedades particulares incluidas en sus límites deben ser expropiadas. La presencia de esta única restricción universal y la manera en que está formulada no es mera casualidad.

El SNUC resulta de un largo proceso de maduración del debate sobre cómo gestionar las UCs brasileñas. Los gestores públicos y académicos involucrados en el tema ambiental plasmaron en este documento experiencias acumuladas durante décadas y se realizaron innumerables estudios con el propósito específico de contribuir a que la ley se aproximara a la complejidad de la realidad. En base a esto se atribuye a los organismos locales la responsabilidad de tomar las decisiones relativas al manejo de los Parques (en referencia al conjunto de UCs clasificadas como Parques Nacionales, Parques Estaduales y Parques Naturales Municipales).

UCs y población tradicional en Brasil

En casi todas las áreas de interés ecológico de Brasil demarcadas como UCs o no, existen poblaciones residentes. En algunos casos su modo de vida es esencialmente incompatible con la conservación del medio ambiente, como es el caso de los cazadores que trafican especies en extinción. En otros casos el impacto de su vida cotidiana en el medio ambiente es residual, o sea que su modo de vida puede ser adaptado a las exigencias ambientales contemporáneas sin mayores perjuicios para su desarrollo social y material.

Aún tratándose de comunidades que viven en zonas ambientalmente relevantes es preciso diferenciar de las demás poblaciones a aquellas cuya cultura está profundamente ligada a su territorio. Este sería el caso de una comunidad quilombola viviendo relativamente aislada del resto de la sociedad, consumiendo exclusivamente aquello que produce y habitando el mismo territorio durante muchas generaciones; y un grupo de garimpeiros, una comunidad que tendría dificultades para integrarse a cualquier otro lugar y su identidad cultural ciertamente sería destruida si fueran desplazados de su tierra tradicional. Aquí se distingue entre un grupo que produce bajo impacto ambiental si se crea una UC por lo tanto no precisa ser removido de donde vive porque no impide que se alcance el objetivo de conservación de la naturaleza, y otro grupo culturalmente enraizado en su tierra que en caso de crear una UC en ella no debe ser desplazado por razones morales.

A pesar de que los dos grupos son definidos por características diferentes en Brasil fueron amalgamados históricamente bajo el rótulo de “Poblaciones Tradicionales”. Este concepto fue incorporado al vocabulario ambientalista en la década de 1970 para nombrar a todas las poblaciones que según sus defensores estaban siendo injustamente expulsadas de donde vivían para permitir la creación de UCs. Con el correr del tiempo se buscó atribuir a un grupo las características del otro y viceversa, igualándolos. Esto produjo una situación jurídica ambigua que se presenta a continuación.

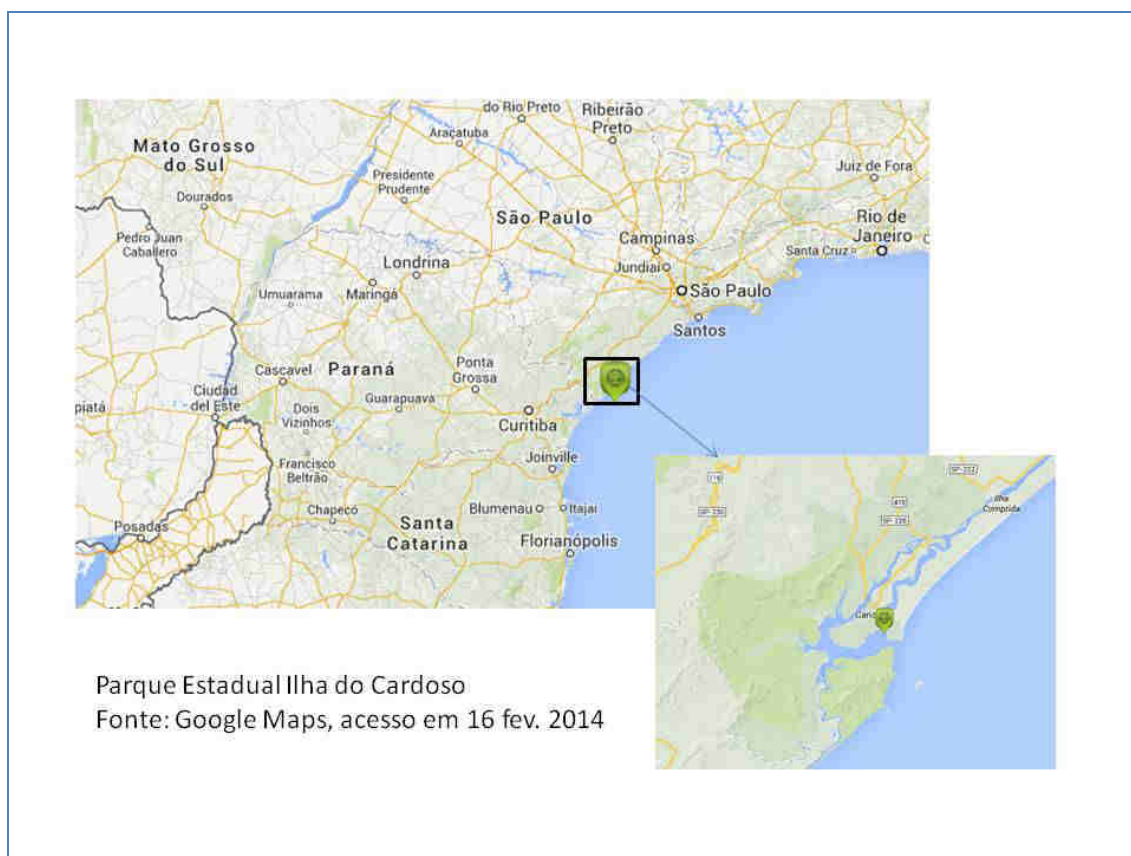
Parque Estadual da Ilha do Cardoso

La Ilha do Cardoso se sitúa en el extremo sur del litoral del estado de São Paulo, en el municipio de Cananéia, y está separada del continente sólo por ríos y canales estrechos. Su punta norte dista seis kilómetros de la ciudad de Cananéia y para llegar al extremo sur es preciso recorrer más de 40 kilómetros de canales. La población de la isla reúne cerca de 350 caiçaras (pobladores tradicionales), divididos en seis comunidades y una comunidad de aproximadamente 50 indios guaraníes llegados de Paraguay que ocuparon una zona desierta de la isla en 1992 y fueron autorizados para quedarse. La Figura 1 presenta la ubicación del PEIC en el mapa.

El PEIC fue creado en 1962 (São Paulo, 1962) para proteger la mata atlántica que cubre el 90% de un total de 15.100 hectáreas de parque, la vegetación de restinga y la fauna de la isla. A través de la ley de creación del parque el gobierno estadual dejó claro que no consideraba la propiedad privada

de tierras en la isla compatible con sus objetivos, decretando: *"Se autoriza al Departamento Jurídico del Estado a promover estudios y medidas destinados a discriminar, individuar y localizar las tierras de dominio particular existentes en la Ilha do Cardoso a fin de expedirse en relación a cada propiedad, acto declaratorio de utilidad pública para su oportuna expropiación."* (São Paulo, 1962).

Figura 1: Localización del Parque Estadual Ilha do Cardoso



Fuente: Google Maps (2014)

En ese momento, además de las seis comunidades caiçaras, existían en la isla cerca de dos decenas de casas de veraneo que fueron progresivamente expropiadas. Los caiçaras, por otro lado, no quisieron aceptar las indemnizaciones y se negaron a salir del lugar. A pesar de los embates consiguieron permanecer aunque sin la posesión de sus tierras. El argumento de que tenían raíces históricas y culturales en la isla y de que su modo de vida no perjudicaba el medio ambiente generó la "buena voluntad" de los gestores públicos que fueron creando caminos para la institucionalización de la permanencia de esa población.

En las comunidades en análisis están presentes los procesos reivindicatorios de gestión compartida en Parques Estaduales administrados por la Fundación Forestal, organismo vinculado a la Secretaría de Estado de Medio Ambiente. Algunos acuerdos técnicos formalizados o no, así como el respaldo de medidas judiciales (Vila do Marujá y otras comunidades del Parque Estadual Ilha do Cardoso) garantizan la permanencia de las familias y la reproducción de parte del modo de vida

caiçara, con vital importancia de la actividad turística (Marinho & Angelo Furlan, 2011).

Algunas actividades tradicionales de los caiçaras fueron prohibidas o reglamentadas por el gobierno. Se establecieron límites para las construcciones, para el corte de árboles (usados para canoas y construcciones), la pesca, la extracción de mariscos y palmitos, y restricciones a la deforestación de áreas para cultivar o construir y a las áreas para el turismo. Esto implicó inevitablemente cambios en la cultura caiçara local y generó fricciones entre los pobladores y la dirección del parque en diversas ocasiones. Los aspectos no tradicionales de su modo de vida también tuvieron que atenerse a las restricciones de las nuevas exigencias ambientales: residuos, desagües, uso de generadores eléctricos, uso de barcos motorizados y hasta alquiler de casas para los turistas.

Veinte años después de la creación del PEIC el gobierno de São Paulo aprobó un reglamento (São Paulo, 1986) para sus Parques Estaduales que preveía diversos usos de los recursos naturales incluyendo el establecimiento de planes de manejo a través de estudios de impacto ambiental. Este reglamento mostraba más tolerancia hacia la idea de mantener comunidades nativas en los Parques e incorporarlas a la gestión. La ley estaba adaptándose a institucionalizar experiencias como la del PEIC donde la presencia regulada de la población nativa no estaba perjudicando la biodiversidad. Es más, ya existían estudios que indicaban que las poblaciones tradicionales contribuían activamente con la conservación del medio ambiente, la biodiversidad y el buen uso de los recursos naturales.

La dirección del PEIC, impulsada por un ambiente más favorable, comenzó a incorporar oficialmente las contribuciones de los pobladores a la gestión del parque en dos frentes principales: fiscalización y monitoreo. Por un lado, comenzó a contratar pobladores para trabajar como guardas; y por otro, los incentivó para observar y registrar irregularidades y cambios de cualquier tipo en el PEIC y sus ecosistemas. Esta aproximación produjo efectos positivos para los pobladores del parque como la asimilación de sus puntos de vistas, quejas y sugerencias en los planes de manejo. El Instituto Forestal (IF), que gestionó el parque hasta 2008, fue abriendo cada vez más espacios de participación para los pobladores hasta crear el actual Consejo Consultivo (CC). En 2008, la administración del parque pasó del IF a la Fundación Forestal (FF), ambos organismos están vinculados a la Secretaría de Medio Ambiente (SMA) del estado de São Paulo. De acuerdo con los pobladores y gestores del parque eso no implicó grandes cambios y la relación entre ellos continúa mejorando.

Actualmente, después de casi 50 años de la creación del parque, se percibe una convergencia de intereses: los caiçaras incorporaron los objetivos establecidos por la dirección del parque a su agenda y la dirección del parque reconoció que incentivar a que los nativos se organicen para pensar e implementar la gestión de sus recursos es una medida inevitable para la conservación del ambiente en el parque. A pesar de que los pobladores del PEIC aún no tienen garantías en lo que se refiere a sus tierras, la buena relación establecida con la dirección del parque colocó en un segundo plano el

temor ante la posibilidad de medidas gubernamentales arbitrarias para removerlos del lugar. Esta seguridad surge de dos políticas sistemáticas de la administración del parque. Por un lado, la incorporación de los caiçaras en todos los documentos oficiales del parque y en todos los estudios con el fin de que la institucionalización de su permanencia no sea ambigua. Por otro lado, la valoración de la cultura caiçara incentivando el mantenimiento de las actividades y costumbres tradicionales como es el caso de la creación del Museo Vivo do Fandango (organización que documenta y promueve este estilo musical caiçara). Estas políticas produjeron efectos visibles en la población residente del parque que recuperó su autoestima y el orgullo por su historia, lengua y cultura.

La población del PEIC es clasificada como de bajos ingresos (Beccato, 2004) y sus principales actividades económicas son la prestación de servicios turísticos y la pesca artesanal que complementa los ingresos en temporada baja (Gadelha, 2008; Silva et al., 2011). Existen diversas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales de apoyo al turismo en el PEIC. En el primer grupo están la Secretaría de Medio Ambiente del Estado de São Paulo y la Prefectura de Cananéia, y en el segundo están la Asociación Red Cananéia y la Asociación de Pobladores de Marujá (AMOMAR).

Las principales bases de turismo del PEIC son el Núcleo Perequê y la Vila de Marujá. El primero tiene 102 camas y recibe grupos de investigadores y la segunda es una comunidad de caiçaras que recibe turismo en general y posee 471 camas en casas convertidas en posadas y 270 plazas para acampar. En el extremo sur de la isla existen dos comunidades menores (Enseada da Baleia y Pontal do Leste) donde también se desarrolla actividad turística con visitantes que se hospedan en las casas de los pobladores o acampan.

La gestión del Parque Estadual da Ilha do Cardoso

Después de décadas de monopolio de la gestión del PEIC por parte del gobierno, confirmando el abordaje de Hardin (1968), la implementación del CC significó un importante avance en el sentido de incorporar la visión y participación de los caiçaras. A pesar de ser parte de un organismo de gobierno estadual el CC ha funcionado como un espacio de debate y autogestión de los lugares, donde buscan construir sus propios parámetros de gobernanza. Todas las decisiones importantes sobre políticas públicas en el PEIC se discuten y si es necesario se votan en las reuniones mensuales del CC del parque. El CC está compuesto por 16 vacantes y es presidido por el director del PEIC. Cada una de las seis comunidades caiçaras del parque tiene un representante en el CC. Otras cinco vacantes son ocupadas por Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) que actúan en el municipio de Cananéia: Instituto de Pesquisa de Cananéia (IPEC); AMAC (Asociación de Monitores Ambientales de Cananéia); ACEC (Asociación Comercial y Empresarial de Cananéia); Red Cananéia (reúne las comunidades tradicionales del municipio); y Centro de Trabajo Indigenista (CTI), organización indigenista que cuida los intereses de la comunidad indígena de la isla. Los otros 4 miembros del CC

son: un representante de la Secretaría de Educación del Estado, un representante de la Prefectura de Cananéia, un representante de la Colonia de Pescadores Z-9 y un representante de la Comisión Pastoral de la Tierra (organización ligada a la Iglesia Católica que promueve la regularización de la tierra). Cabe destacar que las Colonias de Pescadores son organizaciones autónomas de trabajadores ligados a la pesca artesanal, reconocidas por el gobierno brasileño como organismos de clase con status de sindicato.

Desde 2010 el CC se reúne en la sede del PEIC en Cananéia. Antes las reuniones se hacían en una comunidad diferente cada mes. Este sistema era bien recibido por los pobladores del Parque y se lo indicó como un factor importante para la calidad de su participación (Rodrigues, 2008). La razón por la cual se hizo el cambio fue el tiempo que le exigía a la dirección del Parque desplazarse hasta las comunidades (3 horas en lancha rápida). La solución fue pagar el combustible para que los representantes de las comunidades puedan llegar a Cananéia. Los pobladores del PEIC, según las entrevistas, muestran entusiasmo cuando se refieren a la administración del parque; aunque no todas sus demandas son atendidas, viven en condiciones precarias y las limitaciones por residir en una UC son agravadas por la falta de inversiones públicas en la isla. Pero los nativos reconocen que tienen una forma de relación excepcionalmente positiva con el poder público que reconoce su legitimidad y autoridad para tomar decisiones sobre la gestión del parque. Los representantes de las comunidades también perciben que los gestores del PEIC se empeñan en accionar las resoluciones tomadas en las reuniones del CC, lo que promueve una relación de confianza entre las dos partes.

El funcionamiento del CC del PEIC ha sido considerado un importante caso de éxito en el diálogo entre poder público y comunidades tradicionales. Las buenas prácticas desarrolladas allí parecen servir de parámetro y ejercer una influencia positiva en la gestión de otras áreas con características socio-ambientales análogas en el estado de São Paulo. A pesar de la influencia positiva el acuerdo administrativo creado en el PEIC sigue siendo superior a lo que se ve en otras UCs paulistas, tanto en el grado de participación de la población como en la calidad de la confianza entre pobladores y poder público (Rodrigues, 2008).

ANÁLISIS DEL CASO

Como indica Ostrom (2000; 2002) la situación del Consejo Consultivo (CC) del PEIC es poco común en el contexto de la administración pública contemporánea. En Brasil fueron creados en diversos contextos otros organismos como este que abrigan la participación popular organizada pero se registraron pocas experiencias exitosas (Azevedo & Guia, 2001). Esta estructura organizacional que articula población, consejo consultivo, dirección y cuerpo administrativo no es única. Por lo tanto el relativo éxito del acuerdo gestor del PEIC no se debe sólo al acuerdo organizacional. Buscando la explicación del éxito del caso estudiado se pueden identificar tres factores específicos que se manifestaron en el PEIC.

En primer lugar el buen funcionamiento del CC del PEIC es ante todo resultado de la convivencia durante casi medio siglo entre pobladores y gestores intentando superar la desconfianza, creando nuevos espacios de convivencia y diseñando instrumentos de gestión a medida de sus potencialidades y necesidades. La perspectiva de la convivencia prolongada entre las personas de ambos lados contribuyó con la firma de pactos más duraderos y con la cesión de poder de decisión y gestión desde el gobierno hacia los pobladores.

Investigando la cooperación en un contexto de agentes egoístas y sin una autoridad central, Axelrod (1984) identifica que lo que hace posible la cooperación es el hecho de que los participantes pueden encontrarse de nuevo de modo que lo sucedido en el pasado puede delimitar apuestas futuras de interacción y fortalecer las bases de la reciprocidad. De hecho, remite a análisis anteriores de Elinor Ostrom que contrariando la tragedia de los “bienes comunes” enfatizó el rol de la interacción repetida de una comunidad de usuarios para desarrollar y reforzar las reglas locales (Earl & Potts, 2011).

El segundo factor que debe ser considerado en el análisis de caso es la escala. Con menos de 500 integrantes la población del PEIC es capaz de negociar y articularse en torno de propuestas concretas, organizándose de forma efectiva y transmitiendo seguridad en sus acciones. Esto incentivó a los organismos del gobierno estadual responsables por el PEIC a autorizar una mayor autonomía de gestión para las comunidades.

Una tercera particularidad de la Ilha do Cardoso que contribuye con el buen funcionamiento del CC es la cultura tradicional de los caiçaras. Cada comunidad se organiza en torno a un patriarca y a algunos de sus hombres (a veces mujeres) de confianza. Este núcleo dirige la totalidad del grupo contando con una autoridad tradicional incuestionable. El resto de la comunidad dice sentirse representada por esta forma de liderazgo que es percibida como una orientación sabia e importante. Los líderes de las respectivas comunidades también reconocen mutuamente su autoridad y sabiduría y habitualmente concuerdan unánimemente en las votaciones del CC.

Es posible afirmar que estas tres particularidades propiciaron el desarrollo del actual ambiente de generosidad, confianza y disposición de trabajar para un objetivo negociado, que se verificó tanto en el gobierno como en la población local. A pesar de que estas tres condiciones particulares mencionadas no se encontraron en las ciudades, siempre están presentes cuando se trata de poblaciones tradicionales. Aunque la experiencia del CC del PEIC no es un modelo para aplicar a los grandes contingentes urbanos, puede ser reproducido en situaciones de importancia ecológica estratégica ayudando a las poblaciones de extrema vulnerabilidad.

Por tener el 7,7% de su territorio protegido mediante las UCs o reservas indígenas (Drummond et al., 2005) Brasil se beneficiaría significativamente con un diseño organizacional más adecuado a la gestión de estas áreas mejorando la calidad de la conservación ambiental y el modo de vida de sus

habitantes.

CONSIDERACIONES FINALES

Los estudios de la administración pública tienden a concentrarse en el establecimiento de acuerdos institucionales adecuados para cuidar los recursos compartidos y no en cómo la población puede hacerlo, las condiciones, los procesos y los mecanismos necesarios. Como muestran los trabajos de Ostrom (1990) distintas situaciones suponen respuestas específicas, aunque convergentes, en la búsqueda de soluciones para fortalecer las instituciones como establecer acuerdos para pautar la acción colectiva y el monitoreo mutuo entre participantes.

Desde fines del siglo XIX, cuando fueron creadas las primeras UCs en Estados Unidos, existe la discrepancia entre los que defienden que las UCs sean santuarios intocables y los que creen que ciertas actividades humanas son compatibles con la conservación del medio ambiente como la actividad turística. Las dos posiciones se conocen respectivamente como “preservacionismo” y “conservacionismo”.

Por estar encuadradas en esta definición ambigua las poblaciones tradicionales no tienen derecho a poseer la tierra que habitan dentro de los parques. Esto las deja en una condición de vulnerabilidad pues en cualquier momento pueden ser jurídicamente expulsadas de las tierras donde viven, sin derecho a ninguna indemnización. Ésta sólo existe si la persona decide salir de la tierra (que es suya por usucapión) al momento de la creación del parque. Quien permanece en la tierra está abdicando de su posesión.

Al mismo tiempo en que las poblaciones tradicionales quedan en una situación perjudicial, el gobierno también sufre esta ambigüedad debido a la inseguridad para actuar de acuerdo con la resolución de expropiación de tierras particulares incluidas en parques y otras UCs. Como resultado el 89,6% de las UCs que exigen acción pública enfrentaron problemas de irregularidad con las tierras en 2005 (Drummond et al., 2005). Ciertamente la discusión sobre el sentido de “Población Tradicional” debe continuar profundizándose a pesar de la distancia de las contradicciones involucradas. Se trata de preguntarse si la sociedad que está provocando inmensos daños ambientales tiene o no el derecho de remover de sus lugares a esos pocos miembros que menos impactan la naturaleza y conviven armoniosamente, impidiéndoles continuar con su modo de vida.

El análisis de la experiencia del PEIC coincide con los estudios de Ostrom (2000; 2002) al mostrar cómo la cogestión del espacio y la autogobernanza pueden contribuir al desarrollo del turismo en parques con características similares al PEIC. Principalmente cuando la administración pública considera e incluye en el proceso decisorio las perspectivas de los habitantes del lugar. Se observó esa situación en las estrategias de cogestión discutidas y volcadas en el Consejo Administrativo (CA) del PEIC, que permitieron la extensión del turismo a diferentes segmentos como el Ecológico, Cultural

y Sol y Playa. Esto convirtió a la actividad turística en una fuente complementaria de ingresos para los habitantes del parque como por ejemplo el área de camping y posada que es administrada por la comunidad caiçara del lugar.

Los espacios comunes, en especial aquellos relacionados con la actividad turística, están sujetos a una explotación excesiva y dañosa de sus recursos y a fallas en los sistemas de incentivos para inversiones. El ejemplo discutido en el texto describe la posibilidad de un régimen de autogestión de la propiedad común disociado de la lógica dicotómica de la gestión gubernamental o privatización del espacio, siguiendo la perspectiva de Elinor Ostrom.

Es posible extender el análisis realizado por Ramírez, Artavia & Salas (2006) hacia América Central, reconociendo que América Latina ha avanzado en el análisis de experiencias de co-manejo y gestión de áreas de conservación comunitarias legitimando las acciones de conservación en la región. También hay que reconocer las dificultades para ampliar el modelo de gobernanza basado en la autogestión por parte de la comunidad. Aún hay mucho para experimentar y aprender en este sentido.

El estudio de caso, de carácter exploratorio, buscó ampliar la comprensión sobre la gestión de recursos compartidos en áreas de conservación en América Latina, principalmente aquellas con poblaciones tradicionales que poseen un uso sustentable por parte de la comunidad científica y la población en general por medio del turismo.

Futuros estudios podrían ampliar los análisis hacia otros ámbitos de autogestión en América Latina, explorando principalmente los efectos del ámbito institucional (reglas, valores comunitarios, leyes y mecanismos de *enforcement*) sobre el éxito de los acuerdos de autogestión y autogobernanza.

La contribución de este acuerdo para el manejo de los espacios y destinos turísticos también se muestra como una vía importante para proseguir las investigaciones. Hay una gran escasez de estudios que comparen modelos alternativos de gobernanza (mercado, estado, autogestión) de los espacios turísticos y aporten pruebas y conclusiones sobre las ventajas de cada uno de esos modelos. A pesar de la difusión de los trabajos de Elinor Ostrom, la dicotomía mercado-estado permanece hegemónica como solución de gobernanza en ese contexto.

Como muestra el reconocimiento por parte de la organización del Premio Nobel a las ideas de Elinor Ostrom, los espacios de gobernanza deben ampliarse más allá de la dicotomía público-privado o Estado-mercado. Exponer este caso adhiere a la invitación de la autora a buscar nuevas evidencias de éxito en la administración de recursos comunes por parte de las comunidades locales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Azevedo, S. & Guia, V. R. M.** (2001) "O orçamento participativo como política pública: reflexões sobre o caso de Belo Horizonte." *Revistas Cadernos CRH* 14(35): 179-197
- Axelrod, R.** (1984) "The evolution of cooperation". Basic Books, New York
- Beccato, M. A. B.** (2004) "Elaboração participativa de uma proposta de uma proposta de reestruturação do sistema de tratamento de esgoto da comunidade do Marujá - Parque Estadual da Ilha do Cardoso, SP". Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós Graduação em Ciências da Engenharia Ambiental, Departamento de Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos
- Bergstrom, T. C.** (2010) "The uncommon insight of Elinor Ostrom." *Journal of Economics* 112(2): 245-261
- Brasil** (2000) "Lei Federal 9.985 de 18/07/2000". Brasília
- Drummond, J. A.; Franco, J. L. A. & Ninis, A. B.** (2005) "O Estado das Áreas Protegidas no Brasil". Secretaria de Biodiversidade e Florestas do Ministério do Meio Ambiente, Brasília
- Earl, P. E. & Potts, J.** (2011) "A Nobel Prize for governance and institutions: Oliver Williamson and Elinor Ostrom." *Review of Political Economy* 23(1): 1-24
- Gadelha, C.** (2008) "Proibido trabalhar: Problema socioambiental dos filhos da Ilha do Cardoso". Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Antropologia Social, Departamento de Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas
- Hall, C. M.** (2011) "A typology of governance and its implications for tourism policy analysis." *Journal of Sustainable Tourism* 19(4): 437–457
- Hardin, G.** (1968) "The tragedy of the commons." *Science* 162(3859): 1243-1248
- Healy, R. G.** (1994) "The 'common pool' problem in tourism landscapes." *Annals of Tourism Research* 21(3): 596-611
- Healy, R. G.** (2006) "The commons problem and Canada's Niagara Falls." *Annals of Tourism Research* 33(2): 525-544
- Lynch, O. J.** (2006) "Securing community-based tenurial rights in the tropical forests of Asia: an overview of current and prospective strategies". World Resources Institute's Center for International Development & Environment, Washington. En http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNACB404.pdf Consultado en 20/06/2013
- Marinho, M. A. & Angelo Furlan, S.** (2011) "Gestão compartilhada e comunitária em áreas protegidas: reflexões no Vale do Ribeira (São Paulo, Brasil)." *Revista Geográfica de América Central* 2(47):1-16
- Moore, S. A. & Rodger, K.** (2010) "Wildlife tourism as a common pool resource issue: enabling conditions for sustainability governance." *Journal of Sustainable Tourism* 18(7): 831–844
- Olson, M.** (1971) "The logic of collective action: public goods and the theory of groups". Harvard University Press, Boston
- Ostrom, E.** (1990) "Governing the commons: the evolution of institutions for collective action". Cambridge University Press, Cambridge

- Ostrom, E.** (2000) "Collective action and the evolution of social norms." *Journal of Economic Perspectives* 14(3):137-158
- Ostrom, E.** (2002) "Policy analysis in the future of Good Societies." *The Good Society* 11(1): 42-48. En: http://muse.jhu.edu/journals/good_society/v011/11.1ostrom.html (Consultado en 4/08/2013)
- Ostrom, E.** (2010) "Milênio". Entrevista Elinor Ostrom, a vencedora do Nobel de Economia. En <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,gim1257305-7823-milenio+entrevista+elinor+ostrom+a+vencedora+do+nobel+de+economia,00.html>. Consultado en 10/05/2012
- Ostrom, E.; Walker, J. & Gardner, R.** (1992) "Covenants with and without a sword: self-governance is possible." *The American Political Science Review* 86(2): 404-417
- Ostrom, E. & Ostrom, V.** (1971) "Public choice: a different approach to the study of public administration". *Public Administration Review* 31(2): 203-216
- Ramirez, R. M.; Artavia, C. M. & Salas, A.** (2006) "Dos décadas de gestión comunitaria en Centroamérica: El camino recorrido, su estado y desafíos". UICN, Oficina Regional para Mesoamérica, San Jose. En: <https://portals.iucn.org/library/efiles/edocs/2006-013.pdf> (Consultado en 05/03/2012)
- Rodrigues, C. L.** (2008) "Abordagem participativa e arranjos institucionais voltados à conservação na Mata Atlântica". IV Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade (ANPPAS), Brasília
- Ruhanen, L.; Scott, N.; Ritchie, B. & Tkaczynski, A.** (2010) "Governance: a review and synthesis of the literature." *Tourism Review* 65(4): 4-16
- São Paulo** (1962) "Decreto Estadual 40.319 de 03/07/1962"
- São Paulo** (1986) "Decreto Estadual 25.341 de 04/06/1986"
- Silva, J. de L. & Ferreira, P. A.** (2011) "O Caso do Parque Estadual Ilha do Cardoso PEIC: os desdobramentos de uma unidade de conservação na perspectiva dos moradores tradicionais". XII Jornada do Trabalho, Centro de Estudos de Geografia do Trabalho, Curitiba
- Tenbensen, T.** (2005) "Multiple modes of governance." *Public Management Review* 7(2):267-288
- Weschler, L.** (1991) "Taming the common pool." *Journal of Public Administration Research and Theory: J-PART* 1(4): 488-492

Recibido el 01 de diciembre de 2013

Reenviado el 22 de marzo de 2014

Aceptado el 31 de marzo de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO EN BRASIL

Una evaluación en 65 municipios

Carlyle Tadeu Falcão de Oliveira*

Deborah Moraes Zouain**

Luiz Gustavo Medeiros Barbosa***

Fundación Getulio Vargas

Rio de Janeiro, Brasil

Resumen: El Programa de Regionalización del Turismo (PRT) es la principal política pública para el turismo en Brasil. Este Programa ha sido implementado desde 2006 según los principios de la descentralización, la participación social, la integración entre gobierno, empresas y sociedad, y la sustentabilidad. Esta estructuración institucional ha demandado de los municipios y de todos los actores involucrados, nuevas atribuciones y esfuerzos. Ante este nuevo paradigma se intentó evaluar la eficacia de la implementación de ese Programa en 65 municipios turísticos representativos de todas las regiones brasileñas. En base a los datos del Estudio de Competitividad de los 65 Destinos Inductores del Turismo en Brasil y los principios orientadores de esa política pública se realizó una evaluación de proceso en el PRT. Los resultados alcanzados por los municipios mostraron puntos vulnerables que merecieron la atención de los gestores públicos y privados del turismo. Se observó un proceso de descentralización de la gestión del turismo deficiente; una reducida participación de la sociedad en las decisiones públicas del turismo; una baja integración entre los sectores público, privado y el tercer sector; y la posibilidad de comprometerse en la sustentabilidad de la actividad en los destinos por la falta de monitoreo de las políticas públicas y los impactos del turismo.

PALABRAS CLAVE: política pública, evaluación, turismo, municipios.

Abstract: Public Policy of Tourism in Brazil: An Evaluation in 65 Municipalities. The Tourism Regionalization Program (TRP) is the major public policy for tourism in Brazil. This program has been implemented since 2006 under the principles of decentralization, social participation, of integration between government, business and society, and sustainability. This institutional structure has required new assignments and efforts for all municipalities and stakeholders. Considering this new paradigm, it was sought to evaluate the effectiveness of implementing this program in 65 tourist cities, representing all regions of Brazil. It was conducted a field survey in these 65 destinations through observations and interviews. The data were qualitatively analyzed. The results achieved by the municipalities in this process evaluation of the TRP showed the vulnerabilities that merit the attention of public and private managers of tourism. In this sense, it was observed: a deficient decentralization process; a reduced participation of organized society in public decision making in tourism; a low integration among public,

* Doctor en Administración por la Fundación Getulio Vargas (FGV), Rio de Janeiro, Brasil y magister en Administración Pública por la misma institución donde también realizó posgrado en Turismo y posgrado en Gestión de Empresas; Es investigador y profesor en la Universidad Federal Fluminense por el Programa Nacional de Post Doctorado, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: carlyle.falcao@fgv.br

** Doctorado en Ingeniería de Producción (Mayor: Innovación Tecnológica y Organización Industrial) por la Universidad Federal de Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, Brasil. Maestría en Educación por la misma institución. Profesor Curso Sensus stricto de la Escuela Brasileña de Administración Pública de la Fundación Getulio Vargas. Coordinador del Centro de Turismo EBAPE / FGV, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: deborah@fgv.br

*** Ph.D. en Administración por la Universidad de Nottingham, Nottingham, Reino Unido; Master en Administración de Empresas por la Fundación Getulio Vargas (FGV), Rio de Janeiro, Brasil; Master en Planificación Y Gestión del Turismo por la Universidad de Bournemouth, Bournemouth, Reino Unido; Coordinador de el Centro de Turismo de La Fundación Getulio Vargas (FGV), Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: luiz.barbosa@fgv.br

private and third sector; and the possibility of compromising the sustainability of the activity at the destinations by lacking of monitoring public policies and tourism impacts.

KEYWORDS: *public policy, evaluation, tourism, municipalities.*

INTRODUCCIÓN

Las políticas públicas de turismo en Brasil se basan en la regionalización y se orientan por el Programa de Regionalización del Turismo (PRT) – Itinerarios de Brasil (Ministério do Turismo, 2004). El modelo del PRT suponía nuevas estrategias en la conducción de las políticas públicas como la articulación del poder público y la sociedad civil sumadas a las acciones coordinadas para integrar los municipios, estados y hasta países. Para el Ministerio de Turismo (MTur) la regionalización debe ser entendida como *“la organización de un espacio geográfico en regiones con fines de planificación, gestión, promoción y comercialización integrada y compartida de la actividad turística”* (MTur, 2004: 10).

Los principios orientadores del PRT son, según el MTur (2004): descentralización, participación, integración y sustentabilidad. Descentralizar para ampliar las posibilidades de organización de la sociedad; conceder más autonomía a las regiones; y dividir el poder decisorio entre las instancias municipales, regionales, estaduais y federales. Con la descentralización se aumentarían los espacios de participación permitiendo que la sociedad organizada asuma un papel de naturaleza pública, actuando efectivamente en la planificación y ejecución de las acciones de desarrollo de la actividad.

Integrar para aproximar el gobierno (Unión, estado, municipio) a la sociedad y el tercer sector y potenciar los resultados de las acciones facilitando el alcance de objetivos comunes. Finalmente, tener la sustentabilidad como principio presente en la planificación y el desarrollo del turismo en base a la igualdad social, la eficiencia económica, la diversidad cultural y la protección y conservación del medio ambiente.

Este artículo propone realizar una evaluación de proceso en el Programa de Regionalización del Turismo relevando los resultados alcanzados con la implementación de esa política pública en 65 municipios brasileños en relación a sus principios orientadores: descentralización, participación, integración y sustentabilidad.

DESCENTRALIZACIÓN

La descentralización está relacionada con la distribución del poder y del territorio y su objetivo es generar más eficacia, más justicia social y democracia. Es definida como *“una transferencia o delegación de autoridad legal y política a los poderes locales para planear, tomar decisiones y*

gestionar funciones públicas del gobierno central” (Jacob, 2000: 35). La descentralización permite el control social del poder público por parte de la sociedad organizada, mejora las relaciones intergubernamentales y la capacitación de los gobiernos subnacionales en el desempeño de sus funciones. Es de suponer que descentralizando la estructura administrativa, las aspiraciones y demandas de proyectos locales cobren fuerza aumentando el control por parte de los propios beneficiarios y recuperando la racionalidad de la decisión local (Jacob, 2000).

Abrucio (2006: 78) define la descentralización *“como un proceso claramente político, circunscripto a un Estado nacional que resulta de la transferencia (o conquista) efectiva del poder decisorio a los gobiernos subnacionales”*. La economía globalizada redujo el poder de intervención nacional y la desaceleración económica mundial originó la crisis fiscal estatal. La concepción de un Estado mínimo borró las burocracias centrales y fortaleció las organizaciones transaccionales, creciendo la demanda de participación social a nivel local. El modelo descentralizador tendría que reunir cinco aspectos fundamentales para obtener éxito, según Abrucio (2006): (i) constituir un pacto nacional entre gobiernos locales y Unión; (ii) combatir las desigualdades regionales bajo la coordinación del gobierno central; (iii) desarrollar estructuras administrativas en los gobiernos locales con condiciones para obtener eficiencia en la gestión pública; (iv) promover la inclusión sociopolítica y socioeconómica en los gobiernos locales; (v) integrar las esferas de gobierno por medio de instrumentos de cooperación, coordinación estratégica del gobierno central y soporte técnico-financiero para mejorar su aparato administrativo y de rendición de cuentas.

No es tarea fácil descentralizar actividades económicas en un país con un perfil concentrador de ingresos, según Araújo (2006). El autor pondera algunas medidas que deben acompañar la descentralización: (i) construir una política nacional involucrando agentes de todos los niveles de gobierno con movilización de entes gubernamentales y no gubernamentales; (ii) valorizar las diversidades regionales y las variables endógenas socioeconómicas y culturales con abordajes locales para solucionar problemas; (iii) desarrollar un ambiente que estimule la innovación y los “medios innovadores” para la demanda local; (iv) construir políticas sectoriales nacionales considerando la diversidad y desigualdad regional.

En el campo tributario, Oliveira (2009) sustenta que la Constitución de 1988 promovió una descentralización tributaria que en un primer momento favoreció financieramente a estados y municipios con un aumento de transferencias de ingresos a esos gobiernos y sus competencias tributarias. Entre tanto, el proceso de descentralización fue defectuoso pues no se discutió ni aprobó un proyecto de distribución de responsabilidades entre los entes federativos ante la nueva realidad, ocasionando un desequilibrio entre los recursos y los gastos. No hubo equilibrio entre los derechos y las obligaciones gubernamentales con el agravante de la situación económica nacional. En consecuencia se produjo el deterioro de los gobiernos locales.

Yukesel, Bramwell & Yukesel (2005) evaluaron la descentralización de la gestión del turismo en destinos turísticos de Turquía en relación a la transferencia de autoridad, la legitimidad, la distribución de poder y la rendición de cuentas (*accountability*). También analizaron el involucramiento entre el gobierno central y local, una empresa y una organización no gubernamental. En sus conclusiones alertan sobre amenazas ligadas al proceso de descentralización si esa estrategia es adoptada de forma acrítica.

PARTICIPACIÓN

A lo largo de su historia la administración pública brasileña estuvo marcada por el patrimonialismo y el autoritarismo. Con la intención de modernizar el aparato estatal se implementaron reformas desde la era Vargas hasta hoy en día. Pero esas reformas no promovieron la inclusión socioeconómica contemplando derechos constitucionales como trabajo, educación y salud; ni la sociopolítica con la participación de los ciudadanos en las decisiones de naturaleza pública (Paula, 2005).

Paula (2005) menciona el movimiento político social surgido en la década de 1980, que buscó construir formas de organizar y administrar el Estado de manera que la participación de la sociedad fuera capaz de subvertir el modelo autoritario de las relaciones entre el Estado y la sociedad en Brasil. Ese movimiento se centraba en la reivindicación de la ciudadanía y en el fortalecimiento del rol de la sociedad civil en la conducción de la vida política del país proponiendo una rearticulación entre el Estado y la sociedad combinando democracia representativa y participativa.

Se trata de discutir la participación popular y su relación con las prácticas políticas y los derechos de la ciudadanía. Esta participación es estimulada especialmente a nivel local con el fin del régimen autoritario y el proceso de descentralización del poder en la década de 1980 (Jacob, 2000).

La gestión pública, según Tenório (2004), debe pautar las acciones del Estado en función de los intereses de la sociedad considerando que la gestión social es el proceso por medio del cual la sociedad contribuye con lo público a través de los Consejos Municipales y movimientos populares, sin excluir el mercado o los poderes constituidos.

La dinámica institucional que permite una mayor participación popular en la gestión pública demanda nuevos diseños institucionales que transforman las relaciones entre el Estado y la sociedad. En Brasil se destacan algunas experiencias en ese campo, entre ellas están los foros temáticos, los consejos gestores de políticas públicas y el presupuesto participativo (Paula, 2005).

Tosun (2005) considera que la participación de la comunidad como una estrategia de desarrollo del turismo se basa en los recursos de la comunidad, las necesidades y decisiones. En el contexto de un abordaje participativo del desarrollo son las comunidades anfitrionas las que determinan las

políticas de turismo. Así, los miembros de esas comunidades son los principales actores del desarrollo. Sebele (2010) al estudiar la gestión comunitaria basada en los recursos naturales observa que un mayor compromiso y participación de la comunidad local ayudará a garantizar que las personas tengan el poder y la conservación de los recursos donde se desarrolla el turismo.

Se percibe que la participación de la sociedad en las cuestiones públicas se dará en espacios públicos donde el ciudadano o su representatividad podrán presentar sus demandas. En el caso del turismo esos espacios están institucionalizados por medio de los Consejos y Foros. La integración de los sectores público, privado y tercer sector surge como presupuesto del proceso de regionalización del turismo.

INTEGRACIÓN: FORMACIÓN DE REDES

La estrategia de integración propuesta por el MTur está asociada a la formación de redes de relaciones entre los sectores público, privado y la sociedad civil organizada. De ese modo, se estudian las redes para entender mejor lo que el MTur se propone con la estrategia de “integración” del Programa de Regionalización del Turismo.

Las redes son patrones que nacen del deseo colectivo de innovar las estructuras organizacionales que no atienden las nuevas demandas sociales o aspiraciones de un grupo. Cada red tiene una configuración particular e indica una nueva forma organizativa donde las relaciones dependen del ambiente en el que está actuando, de la cultura de sus miembros, de sus facilitadores y de los objetivos contruidos colectivamente. Su composición es multisectorial y hay constantes tensiones entre las estructuras verticales y los procesos horizontales, entre competencia y cooperación. La formación de las redes es dinámica y no hay concentración de poder (Amaral, 2004).

Para Marteleto (2001) las redes se inician a partir de la concientización de una comunidad sobre intereses comunes cuyas motivaciones son ocasionadas significativamente por los niveles de organización entre lo social y lo global, lo nacional y lo regional, lo estadual y lo local. Las redes están formadas por individuos, grupos u organizaciones cuya dinámica tiene como objetivo la *“perpetuación, consolidación y desarrollo de las actividades de sus miembros”* (Marteleto, 2001: 73). Las redes poseen una lógica asociativa y aunque no hay jerarquización pueden existir relaciones de poder y de dependencia entre sus miembros. Participar de una red supone derechos, deberes y participación en la toma de decisiones.

Costa & Costa (2005) mencionan las aglomeraciones de pequeñas empresas en algunas regiones del mundo que tienen un alto rendimiento como la región llamada Tercera Italia. Este caso y otras experiencias hicieron que los formuladores de políticas públicas reevaluasen la importancia de las pequeñas empresas como organizaciones que pueden generar dinamismo económico. De ese modo, las políticas públicas ya no fueron dirigidas a las empresas aisladamente, sino a su “entorno

económico-social” (Costa & Costa, 2005: 2). Desde entonces, se comenzó a estudiar a la organización económica como redes de empresas en cooperación y no individualmente. Las redes de cooperación son prácticas adoptadas principalmente por pequeñas y medianas empresas para garantizar la competitividad por medio de la construcción de una nueva arquitectura organizacional relacionando empresas y buscando la innovación (Olave & Amato, 2001).

Según March & Wilkinson (2009) el desempeño de una región turística depende en gran parte de las relaciones de los diversos actores y no sólo de sus características individuales. Conforme Timur & Getz (2008) el objetivo al adoptar la perspectiva de red para la industria del turismo reside en el reconocimiento de que la región turística es un sistema constituido por relaciones que influyen en las oportunidades, constricciones, comportamientos y valores de los *stakeholders* de los destinos.

SUSTENTABILIDAD

La Agenda 21 fue el resultado más significativo de la Eco 92, el más ambicioso y completo intento de especificar las acciones necesarias para reconciliar el desarrollo con las preocupaciones ambientales a nivel global (Kranz, 1994). La misma guía las acciones de todos los países representados en la ECO 92 hacia el desarrollo sustentable en los próximos años. La autora aclara que la Agenda 21 no es una agenda ambiental sino una agenda para el desarrollo sustentable que *“prevé acciones concretas a ser implementadas por los gobiernos y la sociedad civil en todos los niveles (federal, estadual y local)”* (Kranz, 1994: 12).

Murphy resalta que *“el desarrollo sustentado se basa en los principios establecidos para la conservación y supervisión, pero al mismo tiempo se preocupa por buscar soluciones incorporando el continuo crecimiento económico del modo menos agresivo para el ambiente y más equitativo”* (Murphy, 2001: 189). El autor dice que la sustentabilidad debe ser tomada como punto de referencia, como un objetivo básico a partir del cual deben surgir nuevos objetivos y metodologías de desarrollo.

El ecodesarrollo propuesto por Sachs (2000) se base en la sustentabilidad ecológica entendida como la protección de la naturaleza y la diversidad biológica; en la sustentabilidad social, considerando una distribución más equitativa del ingreso, reducción de las actuales diferencias sociales y garantía de los derechos de ciudadanía; en la sustentabilidad cultural que implica la búsqueda de soluciones del ámbito local, considerando la identidad cultural y el modo de vida local, así como la participación de la población local en los procesos decisorios y la formulación y gestión de programas para su desarrollo; en la sustentabilidad económica, asegurando el crecimiento económico para las generaciones actuales y el manejo responsable de los recursos naturales que deberán satisfacer las necesidades de las generaciones futuras; y en la sustentabilidad espacial que se basa en una distribución geográfica más equilibrada de la infraestructura para evitar la concentración de personas y equipamientos.

Por lo tanto el turismo sustentable abarca participación ciudadana, planificación a largo plazo, gestión social, entre tantas otras. El turismo sustentable [...] *abarca los procesos gerenciales de planificación, organización, dirección y control, basados en el concepto de desarrollo sustentable y en los valores éticos de cooperación, participación, respeto a los derechos humanos y responsabilidad social compartida (gobierno, clase empresarial, clase trabajadora, academia y sociedad civil)* [...] (Zouain & Cruz, 2004: 42).

En el campo de las políticas públicas el turismo sustentable estará en la agenda de los gestores públicos que deberán controlar los efectos nocivos que la actividad podrá aportar a una localidad al mismo tiempo en que procura maximizar esfuerzos para aumentar el flujo turístico en la región. *“Para alcanzar el modelo y el tipo deseado de desarrollo del turismo, los gobiernos pueden recurrir a instrumentos de políticas públicas en relación con la oferta y la demanda”* (Barbosa & Zamot, 2004: 93).

POLÍTICAS PÚBLICAS

Entender las políticas públicas es esencial para llegar a la etapa evaluativa del Programa de Regionalización del Turismo. Las políticas públicas son como *output* de un sistema de decisiones públicas buscando acciones u omisiones, preventivas o correctivas, destinadas a mantener o modificar la realidad de uno o varios sectores sociales definiendo objetivos, estrategias de actuación y asignación de recursos para alcanzar las metas establecidas. (Monteiro, 1982; Saasa, 1985; Saravia, 2006)

Cuanto más se conoce el objeto de una política pública, mayor es la posibilidad de efectividad de un programa de acción gubernamental cuya eficacia depende de la articulación entre poderes y agentes públicos involucrados. De forma práctica la idea de la política pública puede ser vista como programa de acción gubernamental para un sector de la sociedad o un espacio geográfico (Bucci, 2006).

Desde el punto de vista analítico Parada (2005) considera que las políticas públicas pueden distinguirse en cuatro momentos: origen, diseño, gestión y evaluación. Saasa (1998) considera tres áreas distintas de actividades interrelacionadas: la descripción de la política pública, la determinación de la causalidad y la evaluación del proceso de implementación de la política y sus consecuencias.

En el proceso de implementación de los programas públicos queda clara la influencia de los burócratas. Si hubiera objetivos claros y definidos, si los recursos fueran suficientes, si el ambiente externo fuera receptivo y si existe buena disposición de los operadores, el resultado de la actuación administrativa será óptimo. Entre tanto, los objetivos son frecuentemente difusos e inconsistentes, los recursos siempre escasos y las condiciones que involucran a la Administración Pública desalentadoras (Subirats, 1989).

Parada (2005) clasifica como déficit de implementación la diferencia entre el resultado propuesto y el alcanzado. Se debe reconocer que el sector público es endógeno en la implementación de las políticas públicas. Para mejorar la capacidad de implementación conviene visualizar el ordenamiento organizacional como instrumento para realizar las políticas públicas de integración en la economía global y regional.

Una política pública de excelencia debe tener: cursos de acción y flujos de información; relación con objetivos públicos definidos en forma democrática; participación de la comunidad y el sector privado para desarrollar los cursos de acción y flujos de información; orientaciones o contenidos, instrumentos o mecanismos, definiciones o modificaciones institucionales y previsión de sus resultados (Parada, 2005).

EVALUACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Evaluar un programa público necesariamente implica medir su desempeño. Se hace necesario que haya criterios de evaluación para medir los resultados pretendidos y obtenidos que no siempre son fáciles considerando las peculiaridades del sector público.

En el sector privado el criterio de evaluación es el lucro, el aumento de la clientela y la expansión de los mercados. El sector público posee objetivos múltiples y servicios específicos y variados de difícil medición monetaria, pues no hay precios de mercado para ellos. Además, algunos de los servicios ofertados son gratuitos o subsidiados y otros son monopolios del Estado (Santos & Cardoso, 2001).

Costa & Castanhar (2003) y Cunha (2006) afirman que la evaluación es un instrumento importante para mejorar la eficiencia del gasto público, la calidad de gestión y la efectividad de la acción del Estado. Ella puede subsidiar la planificación y formulación de las intervenciones gubernamentales; el acompañamiento de su implementación y sus ajustes; y las decisiones sobre el mantenimiento o interrupción de las acciones. La evaluación busca una Administración Pública más eficiente.

Para fijar criterios de evaluación a los programas de políticas públicas y cuantificar los resultados es necesario construir indicadores. Los indicadores definen el alcance de un programa y miden sus objetivos en cada etapa del programa. Los objetivos de un programa son identificados por descripciones claras del propósito a alcanzar, pudiendo existir uno o más objetivos generales que para su operacionalización deberán ser divididos en subconjuntos de objetivos más específicos (Costa & Castanhar, 2003; Santos & Santos, 2001).

Carter & Wharf (1973), Beyw (2003) y Costa & Castanhar (2003) coinciden en que la evaluación de programas públicos puede centrarse en varios aspectos y tener diferentes propósitos. Puede ser de proceso (o formativa) y de resultado (o conclusiva).

La evaluación de proceso acompaña la implementación del programa de política, es usada para corregir desvíos, ayuda a los *policy-makers* y participantes a mejorar el programa y optimiza los recursos disponibles. Esta evaluación acompaña el alcance de los objetivos operativos y compara medidas estandarizadas predefinidas.

La evaluación de resultados constituye una evaluación de los principales tópicos de un programa y su propósito es facilitar la toma de decisiones estructurales en relación al programa. Es particularmente útil en determinar si el programa es exitoso y en ayudar a estructurar decisiones sobre programas alternativos.

Especificar el contenido del programa y sus objetivos son condiciones preliminares para la evaluación de proceso según Costa & Castanhar (2003) y Carter & Wharf (1973). Aquí entran en escena las teorías que dan soporte al contenido y a los objetivos de los programas en el sentido de proporcionar pistas sobre “qué” medir y “cómo” medir. Las teorías ayudan en la especificación del programa. Son importantes no sólo para definir el tema substantivo del programa sino para vincular actividades del mismo con medidas (indicadores) del resultado a ser utilizado en posteriores evaluaciones de impacto.

Costa & Castanhar (2003) sugieren la construcción de una matriz lógica para evaluar el proceso utilizando los siguientes componentes de programa: (i) objetivos, (ii) indicadores de resultado, (iii) fuentes de verificación e (iv) hipótesis.

METODOLOGÍA

La implementación del PRT se realiza mediante nueve Módulos distintos que dirigen las acciones a ser ejecutadas. Estos módulos no son necesariamente secuenciales pues en las regiones turísticas hay diferentes niveles de madurez en relación al proceso de regionalización. El Cuadro 1 presenta una síntesis de esos módulos donde constan sus principales objetivos conforme las directrices operativas del Ministerio de Turismo (2004).

Los 65 municipios estudiados fueron identificados en 2006 por el MTur para ser priorizados a fin de estructurarlos y que sirvieran de modelos inductores del turismo en sus regiones. En esa elección se contemplaron todas las Unidades de la Federación y sus capitales, con un mínimo de uno y un máximo de cinco destinos inductores turísticos regionales en cada unidad federativa (MTur, 2008).

Cuadro 1: Módulos y Objetivos del PRT

Módulo	Objetivos
Módulo 1- sensibilización	- buscar la adhesión de los organismos públicos y entidades no gubernamentales enfocadas en la regionalización del turismo; - esclarecer el sector público/privado y la sociedad civil sobre la importancia de estructurar, mejorar y aumentar la oferta de los productos turísticos ofertados.
Módulo 2 - movilización	promover, articular y motivar constantemente el compromiso y la participación de los actores de la cadena productiva de turismo en todo el proceso decisivo.
Módulo 3 - institucionalización de la instancia de gobernanza regional	crear una interlocución regional para la operacionalización del PRT que coordine el proceso de la regionalización del turismo en la región turística.
Módulo 4 - elaboración del plan estratégico de desarrollo del turismo regional	Planificar el desarrollo de la actividad turística en la región de forma integrada.
Módulo 5 – Implementación del plan estratégico de desarrollo del turismo regional	- organizar la oferta turística de forma regionalizada. - elaborar y estructurar productos turísticos.
Módulo 6 - sistema de información turística del programa	- implementar un sistema de información que rescate, reúna, organice y haga circular datos e información que sean fuente confiable sobre regiones turísticas, destinos y productos turísticos.
Módulo 7 – creación de itinerarios turísticos	organizar, integrar y aumentar la oferta turística, generando nuevos itinerarios, ampliando y calificando los ya existentes para la comercialización en los mercados nacional e internacional.
Módulo 8 - promoción y apoyo a la comercialización	- promover los diversos productos turísticos regionales; - ampliar el consumo del producto turístico en el mercado nacional e internacional.
Módulo 9 - sistema de monitoreo y evaluación del programa	evaluar los objetivos, metas y acciones establecidos para el PRT a nivel nacional, estadual y regional.

Fuente: Elaborado por los autores en base al Ministerio de Turismo (2004)

El criterio de elección de esos municipios para este trabajo fue el de conveniencia e intencionalidad. Como explican Cooper & Schindler (2003), conveniencia es cuando no hay aleatoriedad de elección y los elementos son seleccionados por la facilidad de acceso a ellos. El criterio de intencionalidad se caracteriza por la selección de una población donde haya conocimiento sobre ella y se quieran atender algunos criterios.

Los datos de este estudio fueron extraídos del banco de datos del “Estudio de Competitividad de los 65 Destinos Inductores de Desarrollo Turístico Regional” realizado por el Ministerio de Turismo (MTur), la Fundación Getulio Vargas (FGV) y el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE), cuyas fuentes primarias fueron: los gestores municipales de turismo de los municipios visitados; los gestores de las instancias regionales; los gestores de turismo de la unidad federativa; los consultores de las agencias locales del SEBRAE; el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SENAC) de las localidades; los empresarios de turismo; y las observaciones de los investigadores en el lugar.

Se construyó una matriz lógica de evaluación para el PRT buscando captar la esencia de cada módulo por medio de sus objetivos principales. A partir de esos objetivos se elaboraron los indicadores de resultado del programa (2ª columna del Cuadro 2). Las fuentes de verificación (3ª columna del Cuadro 2) fueron determinadas por el Estudio de Competitividad. La última columna de

la matriz relaciona el módulo con los principios orientadores del PRT: participación, descentralización, integración y sustentabilidad.

Cuadro 2: Matriz Lógica para Evaluación del Programa de Regionalización del Turismo

Módulo	Indicadores de resultado	Fuentes de verificación	Principios orientadores del PRT
1 y 2. Sensibilización y Movilización	- Existencia de acciones para la movilización de la sociedad en relación a la regionalización del turismo; y - número de segmentos/actores sensibilizados y movilizados;	- Organismos/empresas oficiales de turismo (municipio/estado); SEBRAE; - Consejos/Foros de Turismo; Asociaciones de clases de turismo	Participación
3. Institucionalización de Instancia de Gobernanza Regional	- Existencia formal de la Instancia Regional	Consejos/Foros de Turismo;	Descentralización
4. Elaboración del Plan Estratégico Regional	- Existencia de un Plan Estratégico para la región	Organismos/empresas oficiales de turismo (municipio/estado); Consejos/Foros de Turismo	Integración, participación y sustentabilidad
5. Implementación del Plan Estratégico Regional	- Número de acciones/proyectos del Plan que ya fueron implementados	Organismos/empresas oficiales de turismo (municipio/estado); Consejos/Foros de Turismo	Integración, participación y descentralización
6. Sistema de Información Turística del Programa	- Existencia de estudios de demanda; - existencia de estudios de oferta; y - existencia de un núcleo de estudio e investigación en turismo.	Organismos/empresas oficiales de turismo (municipio/estado)	Descentralización, integración, participación y sustentabilidad
7. Creación de Itinerarios Turísticos	- Participación del destino en itinerarios regionales; y - comercialización de los itinerarios por operadores y agencias de viajes.	Organismos/empresas oficiales de turismo (municipio/estado); Consejos/Foros de Turismo; empresas y asociaciones de clases de turismo	Integración, participación y Sustentabilidad
8. Promoción y Apoyo al Comercio	- Material de difusión de los municipios de la región de forma integrada; y - participación integrada de los municipios en eventos promocionales de turismo.	Organismos/empresas oficiales de turismo (municipio/estado); Consejos/Foros de Turismo; empresas y asociaciones de clases de turismo	Descentralización, Participación, integración
9. Sistema de Monitoreo y Evaluación del Programa	- Existencia de acciones de monitoreo y evaluaciones periódicas; - existencia de un núcleo de estudio e investigaciones en turismo; y - acompañamiento de los objetivos de políticas en turismo.	Organismos/empresas oficiales de turismo (municipio/estado)	Descentralización y Sustentabilidad

Fuente: Elaborado por los autores en base a Costa & Castanhar (2003)

Los módulos de sensibilización y movilización fueron agrupados en un único módulo dentro de esa matriz lógica (Cuadro 2) por presentar acciones de implementación semejantes dentro del programa.

Se extrajeron preguntas del cuestionario del Estudio del MTur, la FGV y el SEBRAE con datos que eran determinantes de los indicadores de resultado de cada módulo, cuyos resultados fueron agrupadas según los 9 módulos del PRT y tabulados en una planilla Excel, conforme las respuestas no, sí y no respondida. Se calculó la frecuencia de las respuestas colocándolas en cuadros con columnas para una mejor visualización. Cuando existía más de una cuestión por módulo el resultado se obtuvo por la media simple. El Cuadro 3 presenta la lista de los 65 municipios estudiados.

Cuadro 3: Lista de los 65 Municipios Brasileños Investigados

Región Norte	1 Rio Branco (AC), 2 Barcelos (AM), 3 Manaus (AM), 4 Parintins (AM), 5 Macapá (AP), 6 Belém (PA), 7 Santarém (PA), 8 Porto Velho (RO), 9 Boa Vista (RR), 10 Mateiros (TO - Jalapão), 11 Palmas (TO).
Región Nordeste	12 Maceió (AL), 13 Maragogi (AL), 14 Lençóis (BA), 15 Maraú (BA), 16 Mata de São João (BA), 17 Porto Seguro (BA), 18 Salvador (BA), 19 Aracati (CE-Canoa Quebrada), 20 Fortaleza (CE), 21 Jijoca de Jericoacoara (CE), 22 Nova Olinda (CE – Cariri), 23 Barreirinhas (MA), 24 São Luís (MA), 25 João Pessoa (PB), 26 Fernando de Noronha (PE), 27 Ipojuca (PE- Porto de Galinhas), 28 Recife (PE), 29 Parnaíba (PI), 30 São Raimundo Nonato (PI- Serra da Capivara), 31 Teresina (PI), 32 Natal (RN), 33 Tibau do Sul (RN– Pipa), 34 Aracaju (SE).
Región Centro-Oeste	35 Brasília (DF), 36 Alto Paraíso (GO- Chapada dos Veadeiros), 37 Caldas Novas (GO), 38 Goiânia (GO), 39 Pirenópolis (GO), 40 Bonito (MS), 41 Campo Grande (MS), 42 Corumbá (MS - Pantanal Sul), 43 Cáceres (MT - Pantanal Norte), 44 Cuiabá (MT).
Región Sudeste	45 Vitória (ES), 46 Belo Horizonte (MG), 47 Diamantina (MG), 48 Ouro Preto (MG), 49 Tiradentes (MG), 50 Angra dos Reis (RJ), 51 Armação de Búzios (RJ), 52 Parati (RJ), 53 Petrópolis (RJ), 54 Rio de Janeiro (RJ), 55 São Paulo (SP), 56 Ilha Bela (SP).
Región Sur	57 Curitiba (PR), 58 Foz do Iguaçu (PR), 59 Paranaguá (PR – Ilha do Mel), 60 Florianópolis (SC), 61 Balneário Camburiú (SC), 62 São Joaquim (SC), 63 Porto Alegre (RS), 64 Bento Gonçalves (RS), 65 Gramado.

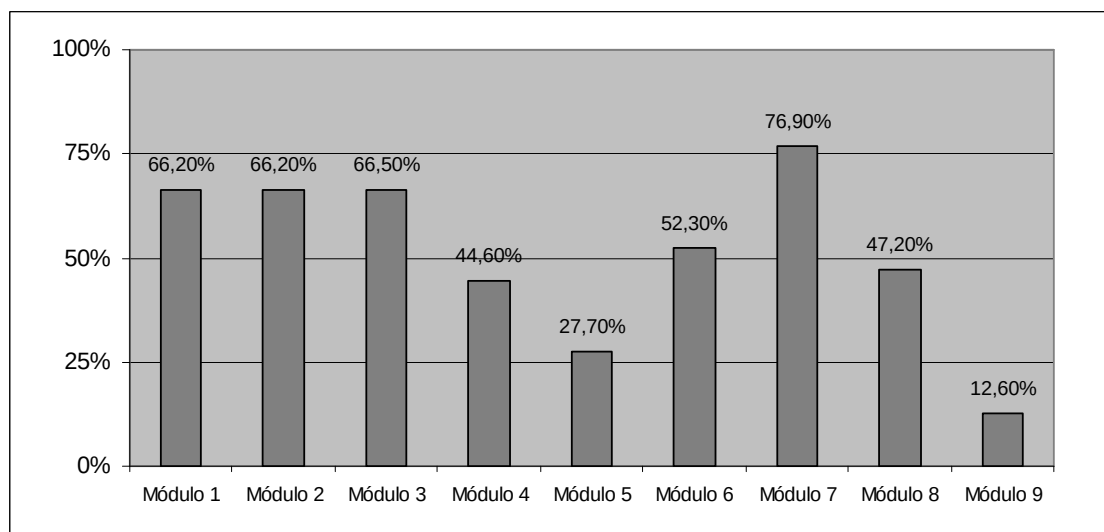
Fuente: Estudio de Competitividad de los 65 Destinos Inductores del Desarrollo Turístico Regional (MTur, 2008)

RESULTADOS Y DEBATE

El debate de los resultados será realizado comparando el material teórico que sirvió para la estructuración del PRT como estrategia gubernamental de la actividad turística referente a descentralización, participación, integración y sustentabilidad.

El Gráfico 1 presenta el resultado consolidado de la evaluación de proceso en los 65 destinos turísticos estudiados, mostrando el resultado medio obtenido por los 65 municipios en cada uno de los nueve módulos propuestos por el PRT.

Gráfico 1: Resultado Consolidado de la Eficacia de la Implementación del Programa en los 65 Municipios



Fuente: Elaborado por los autores en base al Estudio de Competitividad de los 65 Destinos Inductores del Desarrollo Turístico Regional (MTur, 2008)

El Cuadro 4 presenta el cruzamiento de los resultados alcanzados por el PRT con sus principios conceptuales orientadores.

Cuadro 4: Matriz resultados versus principios orientadores del PRT

Conceptos / Módulos y resultados	Descentralización	Participación	Integración /redes	Sustentabilidad
1 y 2. Sensibilización y Movilización		Compromiso con el PRT y comunicación entre actores.		
3. Institucionalización de la Instancia de Gobernanza Regional	- Delegación de poder y provisión de recursos a instancia. - Capacitación de los actores.	Presencia del 2º y 3º sector en la coordinación de la Instancia.		
4. Elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo		-Planificación participativa. - Fortalecimiento de la ciudadanía.	Integración de los actores en torno de objetivos comunes.	Elaboración de proyectos según las demandas locales.
5. Implementación del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Regional	Adecuación de recursos y personal capacitado.		Delegación de las responsabilidades y funciones de los actores para actuar en red.	
6. Sistemas de Informaciones Turísticas del Programa	Personal capacitado y recursos para implementar el sistema.	Deficiencia de comunicación entre los actores.	Instrumento de intercambio de información y experiencias.	Desinformación sobre los activos turísticos, comprometiendo la sustentabilidad
7. Creación de Itinerarios Turísticos		Participación de todos los actores en la creación de itinerarios.	- Oportunidades. - Valoración de los recursos locales.	Verificación de impactos de los itinerarios en las regiones turísticas.
8. Promoción y Apoyo al Comercio	Soporte logístico y financiero.	Comunicación y compromiso de los actores.	Asociativismo y competitividad.	
9. Sistemas de Monitoreo y Evaluación	Personal capacitado y recursos para implementar el sistema.			Monitoreo y evaluación de los impactos en la región.

Fuente: Elaboración propia

Los módulos 1 - Sensibilización - y 2 – Movilización - están comprometidos con la directiva de “participación” del PRT y fueron realizados en el 66,2% de los 65 municipios. Las acciones iniciales del programa de sensibilización y movilización buscaron orientar, reclutar y capacitar actores del turismo en los sectores público y privado. Estas acciones son esenciales para que las comunidades sean estimuladas y comprometidas con el desarrollo del turismo. Significa aumentar el estímulo al compromiso de las poblaciones locales para asumir un mayor control social en las decisiones públicas sobre el turismo local estableciendo un canal de comunicación constante de los agentes públicos con la comunidad y el empresariado.

El módulo 3 - Institucionalización de la Instancia de Gobernanza Regional – fue efectivizado en el 66,5% de los municipios. Esta organización es la encargada de la coordinación, acompañamiento y gestión de la regionalización turística y está comprometida con la intención de “descentralizar” la actividad turística siguiendo la identidad de cada región. Las acciones regionales dependerán de la gestión de esa instancia. El proceso de repartición del poder de gestión (descentralización) a las regiones, el sector privado y la sociedad civil organizada depende del éxito de los módulos anteriores y de la voluntad política de los gobiernos locales y estatales para delegar poderes a una gobernanza intermediaria entre ambas esferas de gobierno. La participación de los tres sectores en la coordinación del Programa y la delegación de la autoridad legal y política a instancias propiciaron un mayor control social del sector público y mejorará las relaciones intergubernamentales.

El módulo 4 - Elaboración del Plan Estratégico Regional - muestra que sólo el 44,6% de los municipios consiguieron concluir su planificación estratégica. Cada instancia debe concebir su Plan Estratégico que representa el principal instrumento de orientación y diálogo entre el organismo ejecutor y los demás actores involucrados. En esta fase, la integración y la participación de los actores funcionan como instrumentos estratégicos de planificación cuyo objetivo es proveer a las regiones turísticas de mecanismos apropiados para garantizar el desarrollo del turismo sustentable. El mayor compromiso y participación de la comunidad residente en la planificación determinarán proyectos coherentes con las demandas locales, asegurando una gestión más comunitaria y sustentable. Además, la integración de los actores en torno a objetivos comunes facilitará la elaboración de una planificación que favorezca a las redes de cooperación y no sólo a las empresas en forma aislada.

En relación a la Implementación del Plan Estratégico Regional (módulo 5) sólo el 27,7% de los 65 municipios implementaron acciones previstas en la planificación. La implementación del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Regional implica la elaboración e implementación de diversos proyectos específicos con la definición de las responsabilidades del sector público, la iniciativa privada y la comunidad. Para la implementación de proyectos la instancia regional precisa disponer de un equipo capacitado, recursos materiales y financieros, sistema de información y comunicación para promover la articulación entre los diversos actores involucrados en la ejecución del Plan. Una descentralización deficiente resulta en una inadecuación de esos recursos y de esas competencias

necesarias para implementar el Plan. En esa etapa resultan imprescindibles la integración entre el gobierno, la iniciativa privada y la comunidad involucrando derechos, deberes y participación en la toma de decisiones entre todos los actores. Si estas responsabilidades y los roles de cada uno no estuvieran claros será difícil establecer una red de cooperación y las acciones serán precariamente ejecutadas.

El módulo 6 – Sistema de Información Turística del Programa – fue implementado en el 52,3% de los 65 municipios. Esto significa que poco más de la mitad de los municipios estudiados posee información confiable en relación a la oferta y la demanda turística. La tecnología de la información y de la comunicación son fundamentales para subsidiar políticas capaces de viabilizar las metas establecidas para el sector. Este sistema de información busca proporcionar datos relevantes con fácil acceso para los usuarios para aumentar la calidad y competitividad de la región turística. Surgen dos consecuencias en relación a un sistema de información turística que no alcanza sus objetivos en relación al mantenimiento de una comunicación adecuada entre sus usuarios y al registro de sus activos turísticos. En primer lugar, crea obstáculos para el intercambio de información entre los actores de turismo (públicos, privados y comunidades) corriendo el riesgo de que no se establezca una red de cooperación entre empresas (integración) y de que no haya una movilización (participación) de todos los actores en torno de objetivos comunes. En segundo lugar, la falta de conocimiento de los activos turísticos del destino compromete su propia sustentabilidad en la medida en que podrán ser adoptadas políticas públicas inadecuadas en los niveles económico, social, cultural y ambiental. La carencia de recursos y equipos especializados en los destinos para establecer esos sistemas de información parece apuntar hacia una descentralización defectuosa.

El mejor resultado alcanzado por los 65 municipios estudiados ocurrió en *el módulo 7 – Creación de Itinerarios* – donde el 76,9% de los municipios concluyeron la etapa de establecer itinerarios turísticos regionales integrados comercializados por los operadores turísticos. Cabe resaltar que en el proceso de creación de itinerarios participan el sector gubernamental, organizaciones no gubernamentales, empresas y otros. Por su carácter participativo la creación de itinerarios promueve la integración y el compromiso de los actores involucrados y la sustentabilidad debe abarcar todo el proceso, desde la elaboración del itinerario hasta la evaluación de sus impactos en la región turística. La elaboración del itinerario turístico regional se basa en la información sobre la oferta turística existente, cuya construcción se originó en el sistema de información considerado medianamente eficaz. Así, puede haber discrepancias en los itinerarios en términos de logística y sustentabilidad. En lo que respecta a la demanda, también se observará carencia de información debido al bajo resultado del último módulo del Programa (Monitoreo), resultando un posible desajuste entre lo que se oferta y lo que demanda el mercado. Como el itinerario turístico es prerrogativa de las operadoras y agencias de turismo se puede suponer que las fuerzas del mercado tuvieron una participación predominante en el proceso de creación de itinerarios.

Con el itinerario elaborado el próximo paso es la comercialización del producto turístico, objetivo *del módulo 8 – Promoción y Apoyo a la Comercialización* -. Se procuró descubrir si la comercialización de los productos turísticos acontecía de forma integrada y regionalizada, y el resultado es que sólo el 47,2% de los municipios lo hacen de esa manera en conformidad con las directrices del MTur (2004). Este módulo se caracteriza por el desarrollo de las relaciones de mercado de los agentes locales, exigiendo una fuerte interacción entre ellos. La formación de redes es especialmente importante en esta fase del Programa. El bajo desempeño de este módulo posiblemente se debe a la escasa integración de los actores (ya detectada anteriormente en los módulos 4 y 5), principalmente entre el sector público y privado, en el sentido de formar una red de cooperación para la difusión y comercialización del producto turístico. Como las redes se inician a partir de la concientización de los actores en torno a intereses comunes se produce un efecto en cadena donde sensibilización y movilización deben ser mejor trabajados para que la participación de todos pueda ser materializada en forma de redes de cooperación para promover y comercializar los productos turísticos regionales.

El módulo 9 – Sistema de Monitoreo y Evaluación del Programa - fue efectivizado en sólo el 12,6% de los municipios. Éste fue considerado el peor resultado de todo el Programa. El Sistema de Monitoreo y Evaluación debe funcionar como una herramienta para los responsables de la toma de decisiones en los sectores públicos, privados y comunitarios, siendo uno de los principales instrumentos de gestión del PRT. Uno de los aspectos más importantes de ese módulo es generar y gerenciar información para basar el trabajo de todos los responsables del proceso decisorio y proveer ajustes al Programa. El monitoreo y evaluación de procesos y resultados, así como el establecimiento de indicadores de impactos negativos y positivos en los ámbitos sociocultural, económico y ambiental son fundamentales para garantizar la sustentabilidad de la región turística. Con la ineficacia de ese sistema no se puede saber si los resultados deseados por el PRT para las regiones turísticas están siendo alcanzados. En este sentido, sin un sistema de monitoreo y evaluación válido no se puede saber cómo funciona el PRT.

CONCLUSIÓN

Evaluar un programa público para una actividad que posee interfaces económicas, sociales, culturales y ambientales es un desafío. El PRT lanzado por el MTur como eje estructurante de las políticas públicas del turismo brasileño alcanza su noveno año de madurez. Para implementar su programa de regionalización el MTur propone una estructura descentralizada en la cual se espera que los municipios se organicen en redes con otros municipios, con la sociedad organizada y la iniciativa privada. Esta nueva estructuración institucional ha demandado de los municipios y de todos los actores involucrados nuevos esfuerzos. Ante este nuevo paradigma se intentó evaluar si la implementación del PRT atiende los principios orientadores del programa: descentralización, participación, integración y sustentabilidad.

La investigación fue realizada por medio de la información contenida en el Estudio de Competitividad de los 65 Inductores del Desarrollo Turístico Regional. Los resultados alcanzados por los 65 municipios estudiados, conforme los nueve módulos que componen la estructura de implementación del PRT, mostraron puntos vulnerables que merecerán la atención de los gestores públicos y privados del turismo. El análisis de la implementación del Programa a la luz de sus principios fundamentales podrá dar pistas para realizar posibles acciones correctivas.

La descentralización de la política pública (PRT) del gobierno central (MTur) hacia las regiones turísticas falló porque probablemente las regiones no cuentan con personas capacitadas y recursos (materiales y financieros) suficientes para desempeñar las nuevas funciones que les caben. Esto fue demostrado por los resultados de implementación de los módulos 3, 5, 6, 8 y 9. Será necesario desarrollar competencias gerenciales para las unidades gestoras del PRT. Al mismo tiempo, debería existir una línea de recursos para que la unidad gestora de la región turística pueda ser implementada y subsidiada por los gobiernos central y estadual, además de los municipios pertenecientes a la región turística. Deberá existir voluntad política para que la descentralización se efective regionalmente. Esto significa repartición de poder tanto a nivel municipal como estadual para la región turística.

La participación activa de todos los segmentos sociales, empresariales y gubernamentales determinará el grado de compromiso entre ellos con los objetivos propuestos por el Programa. Conforme los resultados de la implementación de los módulos 1, 2, 3, 4, 6 y 8 esa participación puede ser perfeccionada. Se deben propiciar condiciones para que los actores involucrados puedan actuar en las etapas del proceso de planificación discutiendo y formando parte de la toma de decisiones. Así, se fortalece la ciudadanía y se favorece el crecimiento social, político, administrativo y tecnológico del grupo. Una buena comunicación intersectorial es fundamental para la continua movilización y ejecución de las acciones propuestas y el cumplimiento de los objetivos.

La integración funciona como un movimiento de aproximación entre el gobierno, las empresas y la sociedad organizada. Este principio integrador fue indicado como deficiente en los módulos 4, 5, 6 y 8. El asociativismo debe ser incentivado junto con proyectos de apoyo a la formación de redes de cooperación. Cabe a los organismos públicos, las empresas y las comunidades locales definir las responsabilidades y los roles que cada uno deberá desempeñar para alcanzar objetivos comunes. Sólo después de la realización de esas condiciones estructurantes todos los actores conseguirán trabajar de forma más integrada.

Finalmente, el resultado ineficaz del módulo 9 – Sistemas de Monitoreo y Evaluación – demuestra la relevancia de este artículo, pues como este sistema se encuentra prácticamente inoperante resulta difícil obtener información sobre la implementación del PRT y sus impactos en las localidades turísticas. Es necesario crear centros de estudios e investigación en turismo en las regiones turísticas conjuntamente con las instituciones de educación superior e investigación. Sin esa evaluación se

perde informação sobre la sustentabilidad ambiental, sociocultural y económica que son factores imprescindibles para el éxito de cualquier actividad turística, además del acompañamiento de la propia política pública que se desea implementar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrucio, F. L.** (2006) "Para além da descentralização: os desafios da coordenação federativa no Brasil". In: Fleury, S. (Org.) Democracia, Descentralização e Desenvolvimento: Brasil e Espanha. FGV, Rio de Janeiro, pp. 77-126
- Amaral, V.** (2004) "Redes sociais e redes naturais: a dinâmica da vida. Rede de Informações para o Terceiro Setor – Rits". Disponível em <http://www.rits.org.br/redes_teste/rd_tmtes_fev2004.cfm>. Acesso em 25/02/2008
- Araújo, T. B.** (2006) "Desenvolvimento regional: a descentralização valorizaria a diversidade". In: Fleury, S. (Org.) Democracia, descentralização e desenvolvimento: Brasil e Espanha. FGV, Rio de Janeiro, pp. 373-396
- Barbosa, L. G. & Zamot, F. S.** (2004) "Políticas públicas para o turismo: o caso do município de Rio das Ostras". In: Barbosa, L. G. & Zouain, D. M. Gestão em turismo e hotelaria: experiências públicas e privadas. Aleph, São Paulo, pp. 89-110
- Beyw, L. W.** (2003) "Selected comments to the standards for evaluation of the German Evaluation Society". German Evaluation Society. Disponível em <http://www.evaluation.org.uk/Pub_library/Good_Practice.htm>. Acesso em 04/02/2008
- Bucci, M. P. D.** (2006) "Direito administrativo e políticas públicas". Saraiva, São Paulo
- Carter, N. & Wharf, B.** (1973) "Evaluating social programs". Canadian Council on Social Development, Ottawa
- Cooper, D. R. & Schindler, P. S.** (2003) "Métodos e pesquisa em administração". Bookman, Porto Alegre
- Costa, A. B. & Costa, B. M.** (2005) "Cooperação e capital social em arranjos produtivos locais". Anais da Associação Nacional dos Centros de Pós-Graduação em Economia (ANPEC). Disponível em <<http://www.anpec.org.br/encontro2005/artigos>>. Acesso em 15/02/2008
- Costa, F. L. & Castanhar, J. C.** (2003) "Avaliação de programas públicos: desafios conceituais e metodológicos". Revista de Administração Pública 37(5): 969-992
- Cunha, C. G. S.** (2006) "Avaliação de políticas públicas e programas governamentais: tendências recentes e experiências no Brasil". Curso The Theory and Operation of a Modern National Economy. George Washington University: Disponível em <http://www.scp.rs.gov.br/uploads/Avaliacao_de_Politicas_Publicas_e_Programas_Governamentais.pdf>. Acesso em 24/02/2008
- Jacob, P. R.** (2000) "Políticas sociais e ampliação da cidadania". FGV, Rio de Janeiro
- Kranz, P.** (1994) "Agenda 21 Local". Disponível em:< [http:// www.agenda21local.com.br](http://www.agenda21local.com.br)>. Acesso em 20/02/2008
- March, R. & Wilkinson, I.** (2009) "Conceptual tools for evaluating tourism partnerships". Tourism Management 30: 455–462

- Martelete, R. M.** (2001) "Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação". *Ci. Inf.*, Brasília, 30(1): 71-81
- Ministério do Turismo** (2004) "Diretrizes Operacionais do Programa de Regionalização do Turismo. Brasília". Disponível em <<http://www.turismo.gov.br/regionalizacao/>>. Acesso em 11/11/2007
- Ministério do Turismo** (2008) "Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional - Relatório Brasil". Barbosa, L. G. M. (Org.), Brasília
- Monteiro, J. V.** (1982) "Os níveis de análise das políticas públicas". In: Saravia, E. & Ferrarezi, E. (coordenadores) *Fundamentos de política pública*. IPEA, Rio de Janeiro, pp. 33-53
- Murphy, P. E.** (2001) "Turismo e desenvolvimento sustentado". In: Theobald, W. F. *Turismo global*. SENAC, São Paulo, pp. 187-204
- Olave, M. E. L. & Amato, J.** (2001) "Redes de cooperação produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas." *Gestão e Produção* 8(3): 289-303
- Oliveira, F. A.** (2009) "Economia e política das finanças públicas no Brasil: um guia de leitura". Hucitec, São Paulo
- Parada, E. L.** (2005) "Implementación de las políticas y asesoría presidencial". IX Reunión de la Rede Iberoamericana de Ministros de la Presidencia y Equivalentes. Cidade do México
- Paula, A. P. P.** (2005) "Por uma nova gestão pública: limites e potencialidades da experiência contemporânea". FGV, Rio de Janeiro
- Saasa, O. S.** (1985) "A formulação da política pública nos países em desenvolvimento: a utilidade dos modelos contemporâneos de tomada de decisão". *Public Administration and Development* 5(4): 219-238
- Sachs, I.** (2000) "Caminhos para o desenvolvimento sustentável". Garamond, Rio de Janeiro
- Santos, L. A. dos & Cardoso, R. L. dos S.** (2001) "Avaliação de desempenho da ação governamental no Brasil: problemas e perspectivas". Concurso de ensayos del CLAD, Caracas
- Santos, L. A. & Santos, R. L.** (2001) "Avaliação de desempenho da ação governamental no Brasil: problemas e perspectivas". XV Concurso de Ensayos del Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD). Caracas. Disponível em <http://www.clad.org.ve/siare/biblo/biblo_l.html>. Acesso em 20/01/2008
- Saravia, E.** (2006) "Introdução à teoria de política pública". In: Saravia, E. & Ferrarezi, E. (Orgs.) *Políticas Públicas: coletânea*. ENAP, Brasília, pp. 21-43
- Sebele, L. S.** (2010) "Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana". *Tourism Management* 31:136–146
- Subirats, J.** (1989) "Análisis de políticas y eficacia de la administración". INAP/MAP, Madrid
- Tenório, F. G.** (2004) "Um espectro ronda o terceiro setor, o espectro do mercado: ensaios de gestão social". Unijuí, Ijuí
- Timur, S. & Getz, D.** (2008) "A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 20(4): 445-461
- Tosun, C.** (2005) "Stages in the emergence of a participatory tourism development approach in the Developing World". *Geoforum* 36: 333–352

Yuksel, F.; Bramwell B. & Yuksel, A. (2005) "Centralized and decentralized tourism governance in Turkey". *Annals of Tourism Research* 32(4): 859–886

Zouain, D. M. & Cruz, F. O. (2004) "Gestão social no sistema turístico Brasileiro: limites e possibilidades". In: Barbosa, L. G. & Zouain, D. M. (orgs.) *Gestão em turismo e hotelaria: experiências públicas e privadas*. Aleph, São Paulo, pp. 37-54

Recibido el 20 de septiembre de 2013

Reenviado el 07 de enero de 2014

Aceptado el 14 de enero de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

COMPETENCIAS DIRECTIVAS DE GERENTES DE RESTAURANTES TURÍSTICOS**Un estudio en la ciudad de San Francisco de Campeche, México**

Roger Manuel Patrón Cortés*
Universidad Autónoma de Campeche
San Francisco de Campeche - México
Francisco Gerardo Barroso Tanoira**
Universidad Anáhuac Mayab
Mérida - México

Resumen: Este estudio presenta aspectos críticos relacionados con la formación de gerentes de restaurantes ubicados en el sureste de México. Asimismo, tiene como objetivo identificar las competencias que utilizan y las que deben adquirir con miras a contribuir al desarrollo económico de la localidad y de México. El estudio es de corte cualitativo y utiliza como método un estudio de campo basado en cuatro casos seleccionados. Se incluyen observaciones, entrevistas y análisis de documentación. Los resultados indican que existen diferencias entre conocimientos y competencias. Las competencias que muestran mayor complejidad en su desempeño son del área del comportamiento humano, tales como formación de redes de relaciones efectivas, empatía, coaching, trabajo en equipo y desarrollo personal, entre otras. En este sentido, los gerentes deben desarrollar relaciones humanas efectivas tanto con los trabajadores del restaurante como con personas clave del entorno externo para conseguir la integración de los trabajadores y el logro de los objetivos de la empresa.

PALABRAS CLAVE: competencias directivas, gerentes de restaurantes, comportamiento humano.

Abstract: Managerial Competencies of Managers of Tourist Restaurants. A study in the City of San Francisco of Campeche, Mexico. This paper presents critical aspects related to the training of managers of restaurants located in the southeast of México. This research also aims to identify the competencies they use and those they need to acquire for contributing to the local and Mexico's economic development. It is a qualitative and field study based on four selected cases. Observation results, interviews and a literature review are included. The results indicate that there are differences between knowledge and competencies. The competencies that show greater complexity in their performance are in the area of human behavior such as effective relationship network formation, empathy, coaching, teamwork and personal development, among others. In this sense, managers must develop effective human relations both with restaurant workers and with key external environment people for achieving workers' integration and goals achievement.

KEYWORDS: managerial competencies, restaurant managers, human behavior.

* Doctor en Ciencias Administrativas por la Universidad Anáhuac Mayab, Mérida, México. Actualmente es profesor investigador titular de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Campeche, México. E-mail: roger_patron_cortes@hotmail.com

** Doctor en Ciencias Administrativas por la Universidad Anáhuac Mayab, Mérida, México. Actualmente es profesor investigador en la División de Negocios de la Universidad Anáhuac Mayab, México. E-mail: francisco.barroso@anahuac.mx; fbarroso_tanoira@yahoo.com.mx

INTRODUCCIÓN

El concepto de competencias ha adquirido cada vez mayor importancia en el ámbito de la gestión empresarial pues en los tiempos modernos se ha incrementado el interés por la evaluación de ciertos componentes de la función directiva que van más allá de la medición objetiva. Cardona & Chinchilla (1999) manifiestan que las competencias directivas son comportamientos observables y habituales que posibilitan el éxito de una persona en su función. Mientras que los objetivos son cuantificables e independientes de la persona que los mide, las competencias son objetivas en cuanto a que son observables, aunque también son subjetivas en cuanto a que la percepción de las mismas depende del observador. Es así que la evaluación de las competencias debe ser más cuidadosa que la de los objetivos, ya que hay que tener en cuenta la subjetividad inherente al observador. El trabajo presenta la literatura relativa al tema, después explica el método de investigación para la recolección de datos y el desarrollo de los resultados, para finalmente exponer conclusiones y sugerencias de mejoramiento.

Antecedentes

Según Gross (2008), fue David McClelland en 1975 quien primero acuñó el término “competencias” al comprobar que los conocimientos y los test de inteligencia no eran capaces de predecir la adaptación de las personas a los problemas de la vida y al éxito profesional. McClelland argumentaba que desempeñar adecuadamente el trabajo dependía más de las características propias de la persona que de su currículum, experiencia y habilidades, por lo que, investigó sobre nuevas variables que le permitieran establecer una mejor predicción del rendimiento laboral, a las que llamó competencias.

Muchas empresas evalúan a sus empleados con base en el logro de objetivos debido a la sencillez y clara objetividad que presentan los resultados. Sin embargo, este tipo de valoración sólo toma en cuenta los resultados pasados y no contribuye a desarrollar las competencias que la empresa necesita para conseguir resultados futuros siendo contraproducente porque el personal solo se preocuparía por los resultados, es decir del “que” y no de la forma en que lo consiguen, o sea el “como”. Además, pueden presentarse divergencias con las competencias que las pequeñas y medianas empresas (PyMES) requieren desarrollar en sus empleados. Por este motivo, cada vez son más las PyMES interesadas en evaluar las competencias de sus trabajadores, directivos y gerentes (Valle, 2003) más que por el cumplimiento de sus tareas, por las competencias que puedan demostrar en el desempeño de su trabajo. Por su parte, Maisch (2004) indica que las empresas deben definir las competencias que las distinguen y cumplir con su misión. Una vez definidas dichas competencias, las empresas deben diseñar un sistema de evaluación que les permita determinar las carencias y necesidades de desarrollo de sus gerentes con el propósito de hacer frente a los retos del entorno cambiante y complejo.

Planteamiento del problema y objetivo

Richards (1994) señala que la actividad del sector turístico se ha incrementado a lo largo de la últimas dos décadas debido a diversos cambios en los estilos de vida, tales como el interés por los valores patrimoniales, un mayor nivel educativo, el incremento en la edad promedio de la población y un mayor alcance promocional utilizado por los diferentes sectores de la industria del turismo. El Gobierno del Estado de Campeche ha realizado en los últimos años obras importantes al respecto en materia de turismo que le dan mayores oportunidades de desarrollo con nuevos productos y mejor infraestructura en servicios. Además, este Gobierno ha declarado que los apoyos continuarán porque este sector debe tener oportunidades (Ortega, 2013), postura que requiere que los gerentes del sector turístico cuenten con las competencias necesarias para prestar los servicios que les corresponden con la eficiencia y la calidad que los tiempos modernos exigen.

La falta de competencias directivas de los gerentes de restaurantes puede ocasionar un servicio deficiente y una impresión negativa del sector lo que se traduciría en pérdida de ingresos para estos negocios y el desperdicio de talento y tiempo con grave deterioro para las familias que dependen de esos empleos, afectándose además las utilidades de los proveedores de esa cadena productiva.

En buena parte, el desempeño eficaz y eficiente de un restaurante comienza por la habilidad de sus gerentes para organizar, dirigir, comunicarse y motivar a su personal, por lo que este trabajo tiene como objetivo identificar las competencias directivas que utilizan los gerentes de restaurantes turísticos, así como las que necesitan para mejorar su gestión laboral y contribuir al desarrollo económico del estado y de México.

Los resultados contribuirán a enriquecer las investigaciones sobre las competencias directivas que estos profesionales utilizan y las que requieren adquirir, pues coadyuva a comprobar la tesis expuesta por McClelland (1975, citado por Gross 2008), de que existen diferencias entre los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas. Además, este estudio permite que al mejorar y fortalecerse las competencias directivas de los gerentes de restaurantes se logren beneficios tales como: (a) mayor desarrollo de las PyMES de restaurantes en el estado de Campeche, pero también de otros giros de negocios que utilicen estos resultados; (b) gerentes y trabajadores más contentos; (c) clientes más satisfechos con los servicios ofrecidos; (d) incremento de las fuentes de empleo, y (e) mayor contribución de impuestos para beneficio social repercutiendo a nivel local, regional y nacional, entre otros.

Este estudio se desarrolló en San Francisco de Campeche, ciudad capital del estado de Campeche, México; famosa por su legado colonial como ciudad amurallada y centro importante de comercio y operaciones durante el Virreinato. Aceptaron participar los gerentes de los cuatro restaurantes más representativos con atractivo turístico tradicional de la ciudad en el año de 2013, y

aunque los resultados son válidos solamente para los negocios participantes, la metodología puede replicarse en otros giros de negocios con las debidas adecuaciones.

MARCO TEÓRICO

Garrigós & Narangajavana (2006) señalan que el sector turístico está afectado por muchos cambios del entorno por lo que el éxito en el futuro pertenecerá a aquellas empresas que cuenten con gerentes capaces de identificar oportunidades estratégicas para subsistir y crecer. En México, la Secretaría de Turismo (2013) señala que es necesario que los prestadores de servicios turísticos se interesen por la capacitación y certificación de sus competencias para operar y prestar servicios turísticos de calidad. Además, los empresarios deben establecer procesos y sistemas de calidad que garanticen la seguridad y competitividad de sus servicios. Por lo tanto, las empresas turísticas requieren gerentes capaces de obtener lo mejor de las personas que integran su equipo de trabajo. Asimismo, dichos los gerentes deben tener los conocimientos, habilidades, actitudes y los valores necesarios, para hacer frente a los retos del mercado. Estos retos han llevado a las empresas turísticas a replantear sus funciones gerenciales tanto en la dirección como en el desempeño de las relaciones humanas. Faust & Gadotti (2011) señalan que los gerentes del sector turístico se encuentran con constantes retos originados por la creciente competencia del mercado por lo que obtienen información sobre clientes, proveedores, competidores y el mercado en el que se desempeñan, buscando estrategias y servicios personalizados que atiendan y superen las expectativas de sus clientes con la finalidad de obtener ventajas competitivas.

Por otra parte los gerentes del sector turístico desean encontrar un tipo de empleado cuya personalidad, motivación y habilidades contribuyan a la satisfacción del cliente y al cumplimiento de los objetivos de la organización con eficiencia y eficacia. Los gerentes que conocen lo que sus empleados desean de su trabajo se encuentran dispuestos a diseñar un entorno laboral que promueva la excelencia en el servicio (Sánchez, López-Guzmán & Millán, 2007). Trigo (1998) afirma que en el área de turismo, además de los estudios superiores, es imprescindible contar con el conocimiento en lenguas extranjeras, tecnologías de información y experiencia en el exterior, así como estar capacitado para resolver y evitar problemas, ser dinámico, creativo y tener capacidad de aprender, entre otras características. Castelli (2000) menciona que además de la formación técnico-científica, se deben tomar en cuenta las cualidades humanas en la formación del profesional turístico, ya éste enfrenta de manera directa la satisfacción de las necesidades y deseos de otras personas, lo que exige un compromiso personal total, mucha iniciativa y creatividad.

Las empresas de servicios turísticos, tales como los restaurantes, cada día se ven en la urgente necesidad de innovar ya que el comensal está constantemente buscando nuevas opciones como calidad, sabor, presentación, experiencia y precio, entre otras. Por lo tanto tienen que ser cada vez más competitivos para hacer frente al entorno globalizante y complejo en el que operan actualmente (León, 2010), con un modelo de negocios que más que productos y servicios ofrezca al cliente el

valor de una experiencia inolvidable. Como indica Hamel, citado por Barroso (2013), la competencia está entre modelos de negocios más que entre productos y servicios.

Concepto de competencias

Para McClelland, citado por Robbins & Judge (2013), las competencias son las características subyacentes en una persona que están causalmente relacionadas con los comportamientos y la acción exitosa en su actividad profesional, entendiendo por “características subyacentes” el conjunto de todos los aspectos que la persona posee y pone al servicio del desarrollo de su comportamiento laboral. Las características subyacentes de cada individuo resultarían de la suma de sus capacidades cognoscitivas (aptitudes), tendencias de conducta (actitudes), los rasgos de personalidad y los conocimientos adquiridos, ya sean teóricos o experienciales.

Las competencias establecen un vínculo entre las tareas a realizar y los comportamientos manifestados para hacerlo, por una parte, y las cualidades individuales necesarias para comportarse de forma satisfactoria por otra. Desde este punto de vista, una persona es competente si puede realizar una tarea según el estándar esperado y con el desempeño esperado.

Cardona y Chinchilla (1999) distinguen entre las competencias técnicas o referidas a un puesto concreto, y las directivas, las cuales son genéricas, y se dividen en: (a) estratégicas, (b) intratécticas, y (c) de eficacia personal. A su vez las estratégicas describen la capacidad del directivo y su relación con el entorno externo de las empresas. Comprende las siguientes variables:

- a) *Visión de negocio*. El individuo reconoce y hace buen uso de las oportunidades, los peligros y las fuerzas externas que influyen en la competitividad del negocio.
- b) *Resolución de problemas*. Las personas estudian un problema complejo y tienen la capacidad de síntesis y de toma de decisiones.
- c) *Gestión de recursos*. Se utilizan los recursos de modo eficaz para lograr los objetivos.
- d) *Orientación al cliente*. Responde en tiempo y eficacia a las necesidades del cliente.
- e) *Red de relaciones efectivas*. Desarrolla y sostiene una amplia red de relaciones con personas clave de la empresa y de su entorno.
- f) *Negociación*. Consigue el apoyo y la conformidad de personas y grupos clave que influyen en su área de responsabilidad.

Las competencias intratérgicas se refieren a la capacidad ejecutiva y de liderazgo de un directivo al interior de las empresas, lo cual es aplicable a nivel gerencial. Comprende las siguientes variables:

- a) *Comunicación*. Informa de manera efectiva y aporta evidencias para respaldar sus opiniones y resoluciones.
- b) *Organización*. Asigna funciones a las personas adecuadas para realizar el trabajo y planifica su seguimiento.
- c) *Empatía*. Entiende, tiene en cuenta a los demás y respeta sus sentimientos.
- d) *Delegación*. Trata que su equipo de trabajo tomen decisiones para lograr sus objetivos.
- e) *Coaching*. Apoya al personal para que mejore y desarrolle sus habilidades y capacidades.
- f) *Trabajo en equipo*. Establece un clima de colaboración, comunicación y confianza entre los integrantes de su equipo de trabajo y los motiva para el logro de objetivos comunes.

Las competencias de eficacia personal especifican los hábitos básicos de una persona y la relación entre ella misma y su entorno. Comprenden las siguientes variables:

- a) *Proactividad*. El individuo demuestra iniciativa, creatividad y autonomía personal
- b) *Autogobierno*. Posee disciplina, concentración y autocontrol
- c) *Gestión personal*. Mantiene adecuado control del tiempo, estrés y riesgo ante situaciones de gran responsabilidad.
- d) *Desarrollo personal*. Se autoevalúa para lograr cambios de comportamiento que fortalezcan su gestión directiva.

Competencias gerenciales

Para Castro & Marchant (2005) los gerentes deben poseer los conocimientos, habilidades y valores que posibiliten a su equipo participar en un ambiente que estimule el compromiso y la participación en los diferentes niveles de trabajo, favorezca el crecimiento para el aprendizaje, oriente el funcionamiento hacia los resultados y, por tanto, el rendimiento individual y grupal de cada uno de ellos. La supervivencia de una empresa depende en gran parte de la habilidad gerencial, pues el gerente tiene que tomar constantemente decisiones sobre objetivos, acciones y recursos en busca de la eficiencia en las tareas y la satisfacción del personal. Ser gerente requiere de un cúmulo de competencias particulares que en la actualidad no forman parte de los programas curriculares de la educación formal. Sin embargo es posible aprender cómo convertirse en gerente ya que las competencias indican formas de comportamiento o de pensar que generalizan diferentes situaciones y duran por un largo período de tiempo (Robbins & Judge, 2013).

Contexto del sector turístico y restaurantero de la ciudad de San Francisco de Campeche

El Estado de Campeche ocupa la parte suroeste de la península de Yucatán y tiene una extensión territorial aproximada de 56,000 kilómetros cuadrados. Es uno de los estados menos poblados de la República Mexicana pues cuenta con tan solo 754, 730 habitantes. El costado occidental colinda con el Golfo de México donde se ubican el sistema fluvial de la Laguna de Términos y varias playas, a lo largo de la costera que comunica la isla del Carmen con la ciudad de San Francisco de Campeche. La ubicación del área en estudio se observa en la Figura 1.

Figura 1: Localización de la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche, México



Fuente: Travel by México (2012)

El Estado de Campeche cuenta con un clima cálido subhúmedo con lluvias en el verano en la mayor parte del territorio. La vegetación predominante es de selva mediana que ocupa una superficie estatal superior al 60%. Tiene sitios de gran interés para los visitantes tales como las zonas arqueológicas de Acanmul, Etzná, Calakmul, Balamkú, Becán, Chicanná, Kankí, El Tigre, Hochob, Hormiguero y Jaina (Visite México, 2012).

El Estado de Campeche ha hecho del turismo una de sus actividades económicas de mayor relevancia, logrando incrementar el número de turistas año con año, así como su estadía promedio, la derrama económica y las oportunidades para una mejor inversión privada. Campeche recibe alrededor de 1'450, 000 personas al año lo que genera una derrama de más de 1,400 millones de pesos al año (un dólar de Estados Unidos equivale a 13 pesos). El Secretario de Turismo del Estado de Campeche, señaló que existen más de 6,000 cuartos de hotel, de los cuales, 2 mil son de cuatro y cinco estrellas. Campeche forma parte del Mundo Maya y cuenta con dos ciudades declaradas Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO: la ciudad de San Francisco de Campeche (la capital) y Calakmul. La localidad de Palizada se encuentra integrada al catálogo de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo (SECTUR). La ciudad de San Francisco de Campeche es la única ciudad amurallada del país y es famosa por sus edificios de colorida arquitectura colonial, fuertes y baluartes.

Además de grandes extensiones de costas, el Estado cuenta con la Reserva de la Biosfera de Calakmul y más de 196 mil hectáreas de manglares, lo que lo convierte en una de las zonas más extensas de este ecosistema en México (Piso de exhibición, 2010).

La Ciudad de San Francisco de Campeche es el principal atractivo turístico del Estado pues, además de su bella arquitectura colonial, ha consolidado mucha de su arquitectura militar. Entre los principales sitios de interés se encuentran el centro histórico amurallado o zona de monumentos, los barrios extramuros coloniales, la Plaza de Armas, la Casa Número 6, diversos baluartes, las puertas de mar y tierra, fuertes, la plazoleta del barrio de San Francisco, el Circo Teatro Renacimiento y el malecón o boulevard. Además, el baluarte de San Carlos actualmente se ha convertido en el museo de la ciudad, se ha rehabilitado el espectáculo de luz y sonido de la puerta de tierra y existe un nuevo tranvía de la ciudad en apoyo al sector turístico (Campeche, 2012).

En la gastronomía de Campeche se combinan elementos mayas y españoles a los que se aunaron los aportes de los piratas, tanto en los componentes como en las formas de preparación. Por todo el territorio campechano se pueden encontrar mariscos de excelente calidad, exquisitas carnes, verduras y frutas exóticas. Algunos de sus platillos típicos son: el pan de cazón, pámpano en escabeche, patas de cangrejo en frío, esmedregal, raya, papaché, sierra, pulpo, calamares, camarones al coco, chile x'catic relleno, relleno negro, cochinita, queso relleno, panuchos, pibipollo, tamales y merienda. Para acompañar los alimentos se elaboran aguas frescas de horchata y thé, así como también de frutas de temporada tales como tamarindo, guanábana, mango, nance, ciruela, pitahaya y marañón (CONACULTA-INAH, 2012).

Investigaciones sobre competencias directivas

Un estudio realizado por García-Lombardía, Cardona & Chinchilla (2001) referente a las competencias directivas más valoradas, encontró que las competencias relacionadas con la capacidad del propio directivo para mejorar personalmente son el aprendizaje, toma de decisiones y credibilidad, las cuales son muy valoradas para hacer frente a los cambios del siglo XXI.

Una investigación realizada por Augut (2003) muestra que los gerentes presentan un nivel medio-bajo de necesidades de competencias técnicas (por ejemplo, gestión económico-financiera e informática), y genéricas (por ejemplo, control de reacciones precipitadas). Sin embargo, en general, demandan poca formación en las competencias donde aparece déficit. Además, están poco interesados en formarse en el futuro lo que es riesgoso si se considera que el turismo enfrenta importantes retos futuros.

En un trabajo realizado por Whetten & Cameron (2005) para identificar las habilidades y competencias que separan a los individuos eficaces de los que no lo son, se examinó a 402 personas que fueron calificados como directivos altamente eficaces en sus organizaciones que son el cuidado

de la salud, la educación y el gobierno estatal. Se les preguntó sobre los atributos que se asociaban con la eficacia administrativa, obteniendo alrededor de 60 características de los directivos eficaces. Las diez características identificadas con mayor frecuencia fueron de tipo conductual. Por su parte López (2008) encontró que en términos cualitativos, los factores internos tales como el concepto equivocado del negocio, la falta de planeación estratégica, falta de financiamiento y de creatividad, cambios en los gustos del consumidor y productos de mala calidad, son los que deben atenderse en primera instancia para que el problema de las empresas turísticas de alimentos y bebidas no se agrave.

Becerra (2011) encontró que los factores de personalidad de los administradores mostraron una correlación significativa con respecto a la competitividad, excepto la audacia, que tuvo una relación negativa, por lo que es necesario desarrollar este factor.

METODOLOGÍA

Este estudio es de corte cualitativo, de tipo exploratorio y descriptivo por lo que su diseño es no experimental (Hernández, Fernández & Baptista, 2010). Se utiliza como método un estudio de campo basado en cuatro casos seleccionados. Como se mencionó anteriormente, participan gerentes de los cuatro restaurantes más representativos con atractivo turístico tradicional de la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche, México; seleccionados por un comité de expertos. Cada restaurante es considerado una unidad de análisis. Para identificar las competencias utilizadas por dichos gerentes y la necesidad de adquirir otras con miras a fomentar el desarrollo sustentable, se utiliza la clasificación de competencias directivas o genéricas de Cardona & Chinchilla (1999).

Se contó con el apoyo de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Campeche, así como también con la ayuda de seis alumnos que estudian la licenciatura en administración y finanzas en dicha institución. La recolección de datos en los estudios de caso incluyó observaciones de la jornada laboral del gerente durante una semana. Asimismo, se llevaron a cabo entrevistas con cada uno de los gerentes de los restaurantes estudiados.

RESULTADOS

Los resultados de cada unidad de análisis son los siguientes:

Restaurante 1. La gerente tiene 23 años de edad y es licenciada en gastronomía. Sus estudios están estrechamente relacionados con las actividades que ella realiza en la empresa. Cuenta con dos años de experiencia profesional pero sólo con 4 meses de experiencia en su puesto. Según los resultados de la entrevista, puede aprender de los retos que se presenten aprovechando las oportunidades y enfrentando las amenazas. Cuenta con la capacidad de resolver los problemas que se le presentan, lo que influye en el buen funcionamiento de la empresa. Hace buen uso de los

recursos y muestra cortesía para atender a los clientes. Sin embargo, manifestó que no utiliza una red de relaciones efectivas con personas que laboran en la empresa posiblemente por el corto tiempo que tiene laborando ahí. También comentó que requiere adquirir habilidades de negociación ya que en ocasiones no logra mantener el apoyo y la conformidad de su personal, ocasionándole conflictos internos. Añadió que está dispuesta a mejorar en este aspecto en beneficio de los resultados esperados.

Durante las visitas realizadas se observó que le faltan competencias de comunicación efectiva pues no proporciona a todos los empleados la información suficiente para justificar sus decisiones y la solución de problemas. Aunque asigna funciones a cada empleado procurando el desarrollo de sus habilidades y capacidades, lo que se refleja en la buena organización y eficiencia del trabajo, le hace falta comprender a los demás y dejar que los integrantes de su equipo de trabajo tomen decisiones para incrementar la colaboración y alcanzar sus objetivos.

Es una persona disciplinada que muestra concentración e iniciativa en su trabajo. Además, tiene la habilidad para tomar las decisiones con el fin de alcanzar los resultados deseados. Admitió que requiere mejorar su gestión personal ya que le falta tener un mejor control del tiempo y manejar las situaciones de riesgo con calma para resolverlas. A pesar de dar lo mejor de sí en el trabajo, no se autoevalúa lo suficiente para reconocer que puede mejorar y fortalecer el puesto que desempeña.

Restaurante 2: El gerente tiene 37 años de edad, es licenciado en contaduría y cuenta con 11 años de experiencia profesional, de los cuales durante cuatro se ha desempeñado como gerente de la empresa restaurantera participante. Se considera una persona visionaria ya que puede afrontar los problemas por la larga experiencia con la que cuenta, además de que tiene conocimientos administrativos y tiene experiencia en el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa. Sabe cómo utilizar correctamente los recursos que se le asignan de manera amplia y eficaz para la buena calidad del servicio. Durante la entrevista se observó que tiene una amplia fluidez al relacionarse con las personas, además de que capta las necesidades de los clientes, se muestra amable y ofrece todo tipo de ayuda. Debido a que siempre está preocupado por el bienestar y el crecimiento de la empresa, logra buenos acuerdos con personas que apoyan a esta causa.

Se comunica adecuadamente con su personal e indicó que siempre busca respaldar sus decisiones con evidencias y argumentos válidos. Sin embargo, admitió que tiene problemas en cuanto a la organización del trabajo, pues en ocasiones no logra asignar las tareas al personal adecuado. Su relación con el personal es sólo de trabajo pues no logra captar los sentimientos de los demás y en ocasiones no comprende las situaciones difíciles por las que atraviesan los empleados. Fue demasiado expresivo y concreto al mencionar que le cuesta delegar debido a que los empleados no poseen la suficiente experiencia para tomar decisiones dentro del negocio. Le falta proporcionar mayor confianza y apoyo a sus colaboradores, lo que repercute en el buen funcionamiento de su

equipo de trabajo. Sin embargo, se observa que es una persona segura de sí misma y que logra controlar los problemas que se le presentan.

A pesar de mostrar iniciativa, aceptó ser un poco impaciente y falto de concentración, aspectos a mejorar para elevar los niveles de venta. Reconoció que necesita mejorar su gestión personal para tomar decisiones y reducir los riesgos ante diferentes situaciones en las que es responsable. Manifestó ser una persona que frecuentemente está buscando mejorar sus aspectos débiles de su vida por medio de la autoevaluación.

Restaurante 3: El gerente tiene 23 años de edad, es licenciado en gastronomía y cuenta con un año y dos meses de experiencia profesional. Señaló que cada día su actitud está más implicada con la visión de negocios, ya que requiere identificar y aprovechar las oportunidades, así como detectar las debilidades o peligros que se presenten en la empresa. Identifica los problemas y pretende darles solución inmediata, pues considera que las decisiones repercuten directamente en el negocio. Indicó que los recursos deben de ser utilizados correctamente, por lo que se encarga de supervisar, que éstos sean administrados, asignados y utilizados eficientemente para que se tenga una buena operación en el negocio. Manifestó que no se autoevalúa de manera formal, pero considera que es importante hacerlo para mejorar su función directiva.

El cliente es su prioridad, por lo que trata de responder a sus diferentes exigencias para seguir contando con su preferencia. Considera que no es necesario formar una red de relaciones efectivas ya que los empleados del negocio son pocos y hay confianza entre ellos. Se le dificulta obtener el acuerdo de la demás personas que intervienen en el restaurante. Manifestó su preocupación por la falta de una comunicación eficaz.

Durante las visitas efectuadas se observó que la comunicación con su personal no se da de forma eficaz ya que no permite la operación adecuada, pues en ocasiones se ocultan datos, no se transmiten adecuadamente los mensajes, o bien, la información que se intercambia no es oportuna. Se observó cierta inconformidad del personal por la falta de definición de funciones y por tener que realizar ciertas tareas que supuestamente no les corresponden. Los trabajadores mencionaron que en ocasiones le falta al gerente ponerse en el lugar de ellos para comprender sus problemas y ayudarlos. Y aunque pretende que el personal tome decisiones para cumplir con sus responsabilidades y alcanzar los objetivos fijados, necesita ofrecer mayor ayuda a sus colaboradores, fomentar la confianza y motivarlos para mejorar el equipo de trabajo y desarrollar su potencial creativo en beneficio del negocio.

En las visitas realizadas se notó que el entrevistado tiene iniciativa y trata de ser productivo. Se corroboró lo que él mencionó en la entrevista, en cuanto a que le falta adquirir mayor concentración y autocontrol en su vida laboral para solucionar los problemas que surgen. Asimismo, requiere más control de las situaciones y del estrés.

Restaurante 4: La gerente tiene 24 años de edad, es licenciada en administración y sólo tiene cinco meses de experiencia en el puesto. Es una persona atenta a las fuerzas externas que influyen en la empresa y mencionó que logra hacer buen uso de las oportunidades que se le presentan. Tiene la capacidad de buscar y encontrar soluciones satisfactorias a los problemas y resolverlos de una manera rápida con la finalidad de no perjudicar al restaurante con problemas más grandes. Trata de proveer todos los recursos que se necesiten con la finalidad de tener a disposición de los clientes los pedidos que soliciten. Tiene muy en cuenta a sus clientes y procura que su personal este al pendiente de éstos para cualquier situación que se les ofrezca ya que hace mención de que *“hay que darle prioridad al cliente y éste regresa”*.

Siempre que propone algo a sus trabajadores lo sustenta con evidencias que ellos puedan entender porque no le gusta mentir ni que le mientan. Selecciona y asigna tareas al personal adecuado en cada área, con el propósito de que trabajen mejor y tengan buen desempeño. Su juventud le ha permitido entender a su personal, estar pendiente de ellos y respetarlos. No delega, ya que considera que cuando una situación se sale de control, toda la responsabilidad recae sobre ella y, por lo mismo, no deja que los trabajadores tomen decisiones por temor a que se equivoquen. Tiene un buen equipo de trabajo, pues existe colaboración entre sus integrantes cuando algunos están ocupados desempeñando otras funciones. Sin embargo, requiere apoyar más a sus trabajadores para mejorar su área de trabajo y lograr la plena satisfacción de los clientes.

Se considera una persona proactiva ya que se anticipa a los problemas. Cuando hay mucha afluencia de comensales ayuda a servir como mesera ya que esto ayuda a la cobertura y atención de los clientes lo que muestra congruencia entre lo que dice y hace para satisfacer a los comensales. Aunque tiene iniciativa y disciplina, su gestión en ocasiones le genera estrés pues prioriza los objetivos y pretende alcanzarlos en el tiempo programado. Señaló que no se pone a pensar o evaluar las cosas en que falla o amerita cambiar y tampoco se auto-evalúa para encontrar sus “pros” y sus “contras”.

Se observó que no tiene mucha relación con algunos empleados y que le falta interactuar un poco más con ellos. Además le cuesta trabajo lograr el apoyo y la conformidad de sus trabajadores para sacar adelante el trabajo ante situaciones imprevistas.

Discusión

Todos los participantes se orientan a la solución de problemas. También resultó que solamente en el restaurante 2 se percibió una adecuada comunicación del gerente con los trabajadores, mientras que es necesario mejorarla en los demás, especialmente en el 3. En cuanto a la comunicación, únicamente en el restaurante 4 se percibe como adecuada, siendo urgente mejorarla en las otras tres empresas. Ninguno de los participantes se autoevalúa, además de que se requiere mejorar la capacidad de negociación. Y aunque tratan de tomar decisiones, hay que mejorar esta competencia

en el restaurante 3. De manera específica, las competencias estratégicas utilizadas y las que necesitan desarrollarse pueden apreciarse en las Tablas 1 y 2, las competencias intratécnicas en las Tablas 3 y 4, y las competencias de eficacia personal en las tablas 5 y 6.

Tabla 1: Competencias estratégicas utilizadas y por adquirir de los gerentes

Competencia	Director 1		Director 2		Director 3		Director 4		Total %	
	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir
Visión de negocio	U		U		U		U		100	
Resolución de problemas	U		U		U		U		100	
Gestión de recursos	U		U		U		U		100	
Orientación al cliente	U		U		U		U		100	
Red de relaciones efectivas		A	U			A		A	25	75
Negociación		A	U			A		A	25	75

Nota: Elaborada a partir de datos recolectados por los investigadores. Simbología: U: utiliza, A: falta adquirir

Tabla 2: Categorización de competencias estratégicas de gerentes generales de hoteles de la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche, México

Competencia Categoría	Unidades	Director		Total %	
		Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir
Visión de negocio	"Procuro identificar las amenazas y hacer buen uso de las oportunidades que se me presentan".	1,3		100	
	"Tengo conocimientos en el análisis FODA".	2			
	"Trato de estar atenta a las cosas que suceden dentro y fuera de la empresa".	4			
Resolución de problemas	"Tomo la decisión, sin embargo el éxito ha dependido del personal".	1, 3		100	
		2, 4			
Gestión de recursos	"Hay problemas sencillos y complejos pero todos han sido resueltos".				
	"Superviso la asignación racional de los recursos para la adecuada operatividad".	1,3		100	
	"El éxito consiste en proveer recursos de calidad para satisfacer al cliente".	2,4			
Orientación al cliente	"El cliente es primero, se muestra cortesía".	1, 3		100	
	"Hay que estar pendiente de las exigencias del cliente para que regrese".	2,4			
Red de relaciones efectivas	"Necesito incrementar mis relaciones interpersonales, pues tengo poco tiempo trabajando en esta empresa".		1		75
	"Debido a que somos pocos, considero que no es necesario establecer una red de relaciones efectivas como tal.		3,4		
	"Practico el trato asertivo y cada día mis relaciones comerciales son mejores".	2		25	
Negociación	"En ocasiones la diversidad de opiniones dificulta llegar a acuerdos y conseguir apoyo".		1, 3,4		75
	"Siempre busco la formas de convencer a nuestros colaboradores".	2		25	

Nota: Elaborada con datos recolectados por los investigadores, basados en Hernández, Fernández y Baptista (2010)

En las Tablas 1 y 2 se advierte que el 100% de los gerentes han utilizado las competencias estratégicas de: (a) visión de negocio; (b) resolución de problemas; (c) gestión de recursos, y (d) orientación al cliente. El 25% ha utilizado la red de relaciones efectivas y la negociación, mientras que el 75% necesita adquirir estas competencias.

Tabla 3: Competencias intratécnicas utilizadas y por adquirir de los gerentes

Competencia	Director 1		Director 2		Director 3		Director 4		Total %	
	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir
Comunicación		A	U			A	U		50	50
Organización	U			A		A	U		50	50
Empatía		A		A		A	U		25	75
Delegación		A		A	U			A	25	75
Coaching	U			A		A		A	25	75
Trabajo en equipo		A		A		A	U		25	75

Nota: Elaborada a partir de datos recolectados por los investigadores. Simbología: U: utiliza, A: falta adquirir.

Tabla 4: Categorización de competencias intratécnicas de gerentes generales de hoteles de la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche, México

Competencia		Unidades		Director		Total %	
Categoría				Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir
Comunicación	"Reconozco que falta mejorar los canales de comunicación".				1,3		50
	"Lo que digo lo respaldo y lo compruebo no me gusta mentir".			2,4		50	
Organización	"Las tareas no siempre se realizan como debiera".				2,3		50
	"La persona adecuada para el puesto adecuado".			1,4		50	
Empatía	"Platicar con el personal me ha permitido entenderlos y respetarlos".			4		25	
	"Cada persona tiene sus puntos de vista, sus ideas, sus criterios y en ocasiones son divergentes y difíciles".				1,2,3		75
Delegación	"Los empleados no tienen la suficiente experiencia para tomar decisiones".				1, 2		75
	"No dejo que el personal tomen decisiones porque toda la responsabilidad recae sobre mí".				4		
	"El uso del empowerment me ha dado buenos resultados con el personal".			3		25	
Coaching	"No todos los empleados están dispuestos a cooperar".				2,3,4		75
	"Identificamos las habilidades de cada empleado y buscamos su mejora".			1		25	
Trabajo en equipo	"Falta apoyo mutuo y confianza para una mejor integración de equipo".				1, 2,3		75
	"Cuando un empleado está ocupado en alguna actividad, otro lo apoya sacando adelante el trabajo".			4		25	

Nota: Elaborada con datos recolectados por los investigadores, basados en Hernández, Fernández y Baptista (2010)

En la Tablas 3 y 4 se observa que el 50% de los gerentes se comunica con su personal de manera efectiva, mientras que el 50% requiere adquirir esta competencia. Asimismo, el 50% es competente en la asignación de tareas para realizar el trabajo, y el otro 50 % requiere adquirir esta competencia. El 25% utiliza la empatía, la delegación, el *coaching* y el trabajo en equipo ayudando a sus colaboradores a desarrollar sus habilidades y capacidades, mientras que el 75% necesita adquirir estas competencias.

Tabla 5: Competencias de eficacia personal utilizadas y por adquirir de los gerentes

Competencia	Director 1		Director 2		Director 3		Director 4		Total %	
	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir
Proactividad	U		U		U		U		100	
Autogobierno	U			A		A	U		50	50
Gestión personal		A		A	A			A		100
Desarrollo personal		A	U			A		A	25	75

Nota: Elaborada a partir de datos recolectados por los investigadores. Simbología: U: utiliza, A: falta adquirir

Tabla 6: Categorización de competencias de eficacia personal de gerentes generales de hoteles de la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche, México

Competencia	Unidades	Director		Total %	
		Utiliza	Adquirir	Utiliza	Adquirir
Proactividad	"Creamos proyectos de atracción al cliente con buenos resultados".	1		100	
	"La cuestión es renovarse o morir".	2,3			
	"Hago de todo, cuando hay mucha gente en el restaurant apoyo a los meseros".	4			
Autogobierno	"Me enfoco en los problemas sin perder de vista la normatividad y la reglamentación".	1, 4		50	
	"Cuando los problemas requieren solución inmediata me impacientan".		2,3		50
Gestión personal	"Lo que hace falta es tiempo para resolver todos los problemas, reducir los riesgos y el estrés".		1, 2,3,4		100
Desarrollo personal	"Me gusta analizar y reconocer mis puntos débiles para mejorar".	2		25	
	"Nunca he realizado una evaluación personal, pero definitivamente es importante para reconocer lo que puedo mejorar".		1,3,4		75

Nota: Elaborada con datos recolectados por los investigadores, basados en Hernández, Fernández y Baptista (2010)

En la Tablas 5 y 6 se detalla que el 100% de los gerentes utiliza la competencia proactiva, pues demuestran iniciativa y autonomía. El 50% requiere adquirir la competencia de autogobierno, ya que necesita mayor disciplina concentración y autocontrol. El 100% necesita mantener un adecuado control del tiempo, estrés y riesgo ante situaciones difíciles. Finalmente, el 75% requiere evaluar con frecuencia su comportamiento y conocer sus debilidades para realizar cambios que los fortalezcan.

CONCLUSIONES

Debido al área de estudios profesionales que tienen los gerentes encuestados, éstos demostraron claridad de conocimientos en el manejo del negocio y que comprenden las competencias estratégicas, intratérgicas y de eficacia personal. Utilizan las competencias estratégicas de visión de negocios, resolución de problemas, gestión de recursos y orientación al cliente con conocimiento de causa pues tienen definida su visión, analizan sus problemas de manera sistemática, utilizan los recursos de forma racional y están conscientes de la importancia que juega el cliente en la toma de decisiones.

Sin embargo, las competencias como red de relaciones efectivas y negociación demostraron ser más complejas en cuanto a su desempeño efectivo. En cuanto a las competencias intratérgicas, la complejidad en su desempeño las manifestaron en mayor grado la empatía, la delegación, el *coaching* y el trabajo en equipo y, en menor grado, la comunicación y la organización. Con relación a las competencias de eficacia personal, los gerentes presentaron dificultades para utilizar las competencias de gestión personal y desarrollo personal, y en menor grado las competencias de autogobierno. Los gerentes utilizan más las competencias estratégicas y emplean menos las intratérgicas y las de eficacia personal, es decir, utilizan más las competencias requeridas para el logro de resultados económicos y menos las necesarias para lograr la unidad de la empresa y las que se refieren a la relación eficaz de la persona consigo misma y con el entorno.

En términos generales, los gerentes requieren adquirir y desarrollar competencias en las tres categorías, principalmente en las áreas del comportamiento humano, lo que es congruente con Chávez (2013) quien indica que es importante que el directivo tome la iniciativa para desarrollar y perfeccionar habilidades gerenciales con las que pueda mejorar su nivel competitivo. Esto también es un reflejo de la formación en las instituciones de educación superior y en los cursos de capacitación actuales, que se orientan más a los resultados prácticos del negocio y no a la valoración del factor humano, lo que hace que la educación actual sea más práctica y utilitarista, que humana.

Aunque los gerentes cuentan con la preparación que les permite estudiar y comprender aspectos empresariales en beneficio de las empresas restauranteras, se encontró que existen diferencias entre conocimientos y competencias, ya que los gerentes cuentan con los conocimientos teóricos, pero se les dificulta al momento de aplicarlos. Esto es consistente con McClelland (1975, citado por Gross, 2008) quien señala que desempeñar bien el trabajo depende más de las características propias de la persona o sea de sus competencias que de sus conocimientos. Las competencias que mostraron mayor complejidad en su desempeño en las tres categorías fueron del área del comportamiento humano: red de relaciones efectivas, negociación, empatía, delegación, *coaching*, trabajo en equipo, gestión personal y desarrollo personal. En este sentido, los gerentes deben desarrollar y mantener relaciones humanas efectivas tanto con los trabajadores del restaurante como con personas clave del entorno externo en el que se desenvuelven, de tal forma que les permita conseguir la unidad de los

trabajadores y el logro de objetivos satisfactorios. Aunque los gerentes tienen el conocimiento teórico de que en toda empresa la comunicación, la organización y el autocontrol son importantes para el buen funcionamiento empresarial, son poco utilizados en la en práctica, lo que repercute en la eficacia del restaurante. Esto es congruente con Whetten & Cameron (2005) quienes manifiestan que saber y hacer no es lo mismo, por lo que se sugiere poner especial atención en estas competencias y desarrollarlas mediante cursos de actualización, mayor práctica y una adecuada retroalimentación de las mismas centradas en el desarrollo del ser humano y en las necesidades del negocio.

De manera general, los participantes son profesionistas que han aceptado el puesto de gerentes, sin haber sido formados en cuanto a competencias directivas. Esto resulta en que se orientan a tomar decisiones en calidad de especialistas pero sin tomar en cuenta al personal lo que redundaría en decisiones desacertadas en cuanto a selección y ubicación del personal, condiciones laborales y clima organizacional. Como no se autoevalúan, pueden estar cometiendo estos errores de manera sistemática sin advertir el peligro de emprender acciones que son lógicas, pero no pertinentes.

Futuras investigaciones deberán incluir una muestra representativa de gerentes, así como también obtener el punto de vista de otros actores sobre la actuación de estos gerentes. De igual manera, con la información obtenida en este estudio podría diseñarse una intervención en una o varias empresas para determinar la relación entre las competencias y el desempeño organizacional. Además, podría investigarse sobre las competencias que más valoran los empleadores de restaurantes (según el mercado), sus necesidades de actualización y desarrollo entre otros aspectos, en beneficio de la mejora de los gerentes, de las PyMES, del desarrollo económico de la localidad y de México.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Augut, S.** (2003) "Análisis de necesidades de competencias en gerentes de organizaciones turísticas. El papel de la formación". Dialnet. Tesis de doctorado. Universitat Jaume I, España. Disponible en: <http://www.tdx.cat/handle/10803/10518>. Acceso el 5 de diciembre de 2013
- Barroso, F.** (2013) "La importancia del modelo de negocios". Desarrollo Empresarial del Consejo Coordinador de Campeche 15(172): 34-36
- Becerra, M.** (2011) "Personalidad de los administradores como factor de competitividad de las empresas restauraneras de Puerto Vallarta, Jalisco". Tesis de doctorado en Ciencias Administrativas. Instituto Politécnico Nacional, México. Disponible en: <http://www.repositoriodigital.ipn.mx/handle/123456789/12180>. Acceso el 20 de octubre de 2013
- Campeche** (2012) "Campeche patrimonio cultural histórico de la humanidad". Disponible en: <http://www.espanolsinfronteras.com/CiudadPatrimonio13Campeche.htm>. Acceso el 13 de enero de 2013
- Cardona, P. & Chinchilla, N.** (1999) "Evaluación y desarrollo de las competencias directivas". Harvard Deusto Business Review (89): 10-27
- Castelli, G.** (2000) "Administração hoteleira". EDUCS, Caxias do Sul

Chávez, N. (2013) "Una aproximación a las competencias gerenciales elementales. Gerencia y Negocios en Hispanoamérica". De gerencia.com. Disponible en: <http://www.degerencia.com/>. Acceso el 25 de febrero de 2013

CONACULTA-INAH (2012) "México, Campeche. Guía del Estado". Raíces, México

Faust, D. & Gadotti, S. (2011) "La inteligencia competitiva aplicada a las redes hoteleras brasileñas". Estudios y Perspectivas en Turismo 20 (2): 478-498. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322011000200012&script=sci_arttext. Acceso el 10 de enero de 2013

García-Lombardía, P.; Cardona, P. & Chinchilla, M. (2001) "Las competencias directivas más valoradas". IESE Business School. Occasional Paper. (01/4): 1-24. Universidad de Navarra, Barcelona, España. Disponible en: <http://www.iese.edu/research/pdfs/op-01-04.pdf>. Acceso el 12 de julio de 2013

Garrigós F. & Naragajavana Y. (2006) "Capacidades directivas y nuevas tecnologías en el sector turístico". Universitat Jaume I, Castelló de la Plana

Gross, M. (2008) "Nuestro déficit de competencias directivas (corregido)". Pensamiento imaginativo. Recuperado de: <http://manuelgross.bligoo.com/>

[content/view/161409/Nuestro-deficit-de-Competencias-Directivas-corregido.htm](http://manuelgross.bligoo.com/content/view/161409/Nuestro-deficit-de-Competencias-Directivas-corregido.htm). Acceso el 22 de febrero de 2013

Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, L. P. (2010) "Metodología de la investigación" (5ª ed). Mc Graw Hill, México

León, R. (2010) "Alta gerencia para hoteles y restaurantes. Guía de estudio semipresencial". Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Rafael Landívar, Guatemala, Guatemala, C.A. Disponible en: <http://www.slideshare.net/shaktivivesanoviviefeliz/alta-gerencia-para-hoteles-y-restaurantes-9375795>. Acceso el 21 de febrero de 2013

López, E. (2008) "Aplicación del Interactive Management en empresas turísticas de alimentos y bebidas". Teoría y Praxis (5): 305-313. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929540>. Acceso el 28 de septiembre de 2013

Maisch E. (2004) "La alineación estratégica de los recursos humanos a la gestión organizacional. Gestión del talento". Gestipolis. Disponible en: <http://www.gestipolis.com/canales3/rh/aliesrrhh.htm>. Acceso el 21 de enero de 2013

Ortega, F. (2013) "Para 2013, grandes expectativas: FOB". Tribuna Campeche, p.1

Piso de exhibición (2010) "Campeche apuesta por el turismo de negocios". Disponible en: <http://www.pisodeexhibicion.com/Pub/1007/Not-CampecheApuestaTurismo1007.php>. Acceso el 21 de diciembre de 2013

Richards, G. (1994) "Cultural tourism in Europe". En C. P. Cooper & A. Lockwood (Dirs.). Progress in tourism, recreation and hospitality management (5): 99-115. John Willey & Sons Ltd., Sussex, England

Robbins, S. & Judge, T. (2013) "Comportamiento Organizacional". Pearson-Prentice Hall, México

Sánchez, S.; López-Guzmán, T. & Millán G. (2007) "La satisfacción laboral en los establecimientos hoteleros. Análisis empírico en la provincia de Córdoba". Cuadernos de Turismo (20): 223-249

Secretaría de Turismo (2013) "Mensaje del Director General de Desarrollo de la Cultura Turística". Disponible en:

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Mensaje_del_Director_General_de_Desarrollo_de . Acceso el 22 de noviembre de 2013

Travel by México (2012) "Estado de Campeche". Disponible en: <http://mr.travelbymexico.com/659-estado-de-campeche/>. Acceso el 26 de marzo de 2014

Trigo, L.G.G. (1998) "A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo". Papirus, Campinas

Valle, I. (2003) "Sobre competencias laborales". Gestipolis. Disponible en: <http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/sobrecomp.htm>. Acceso el 12 de septiembre de 2013

Visite México (2012) "Destinos de México. Destino: Playa Campeche". Disponible en: http://www.visitemexico.ws/index.php?option=com_estateagent&Itemid=26&act=object&task=showEO&id=18. Acceso el 28 de noviembre de 2012

Whetten, D. & Cameron, K. (2005) "Desarrollo de habilidades directivas". Pearson Educación, México

Recibido el 18 de febrero de 2014

Reenviado el 27 de marzo de 2014

Aceptado el 04 de abril de 2014

Arbitrado anónimamente

IMPACTOS PERCIBIDOS DEL TURISMO

Un estudio comparativo con residentes y trabajadores del sector en Rio de Janeiro -Brasil

Simony Rodrigues Marins*
Universidade Estadual de Ceará
Fortaleza/CE, Brasil
Verônica Feder Mayer**
Aguinaldo Cesar Fratucci***
Universidade Federal Fluminense
Niterói/RJ, Brasil

Resumen: Este artículo analizó las percepciones y actitudes de los pobladores y trabajadores directos del turismo sobre los impactos económicos, sociales, culturales, ambientales y políticos atribuidos al fenómeno turístico. Para esto se realizó un estudio exploratorio con 205 residentes de un destino del litoral en el estado de Rio de Janeiro. Los resultados indican que a pesar de que reconocen algunos de los beneficios económicos del turismo, los encuestados creen que los impactos ambientales son negativos. En cuanto a la actitud en relación al turismo y a los turistas los resultados muestran una actitud general ligeramente positiva, pero se evalúan en forma negativa algunos comportamientos de los turistas. Esto parece indicar cierta resistencia de ellos en relación al turismo que se desarrolla en el destino. También se observaron algunas diferencias de percepción entre los grupos estudiados. Los autores debaten las implicaciones en la gestión de destinos turísticos de los resultados obtenidos, indicando algunas incoherencias en las políticas adoptadas en los últimos años que intentaron (sin éxito) disminuir la participación del sector de veraneo y aumentar la de los segmentos de turismo de negocios y eventos.

PALABRAS CLAVE: impactos del turismo, percepciones, actitudes, comportamiento, agentes locales, trabajadores del sector turístico, Rio de Janeiro.

Abstract: Perceived Impacts of Tourism: A Comparative Study between Residents and Direct Workers of the Industry in Rio de Janeiro, Brazil. This study investigated perceptions and attitudes of residents and direct tourism workers concerning economic, social, cultural, environmental and political impacts attributed to tourism. For this exploratory research a survey was conducted with 205 residents of a coastal destination in the state of Rio de Janeiro. The results indicate that despite recognizing some of the economic benefits of tourism, the respondents evaluated as negative its environmental impacts. Regarding the attitude towards tourism and tourists, the results showed a slightly positive overall attitude, but some negative evaluations of certain tourists behaviors seems to indicate a level of resistance to the kind of tourism that currently occurs in that destination. Some differences in perceptions among groups were also observed. The authors discuss the implications of these findings for the management of tourist destinations, indicating some inconsistencies in public policies adopted

* Bachiller en Turismo por la Universidad Federal Fluminense, Niterói/RJ, Brasil. Maestranda en Administración y Posgraduanda en Turismo y Medio Ambiente por la Universidad Estadual de Ceará, Fortaleza/CE, Brasil. E-mail: simonymarins@gmail.com

** Doctora en Administración por el Instituto COPPEAD de Administración de la Universidad Federal de Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Se desempeña como profesora en la Facultad de Turismo y Hotelería de la Universidad Federal Fluminense, Niterói/RJ, Brasil. E-mail: veronicamayer@id.uff.br

*** Doctor en Geografía por el Instituto de Geografía de la Universidad Federal Fluminense, Niterói, Brasil. Se desempeña como profesor en la Facultad de Turismo y Hotelería de la Universidad Federal Fluminense, Niterói/RJ, Brasil. E-mail: acfratucci@turismo.uff.br

in recent years, without much success, to reduce the participation of summerhouse and to increase the segment of business tourism and events.

KEY WORDS: *tourism impacts, perceptions, attitudes, behavior, local agents, direct tourism workers, Rio de Janeiro.*

INTRODUCCIÓN

El análisis de la percepción de la población local sobre los impactos del turismo resulta una importante herramienta para la gestión de destinos. Su contribución reside en la posibilidad de formular políticas públicas más coherentes con la diversidad de grupos residentes y con la atraktividad del destino turístico (Beni, 2006; Hall, 2004). Dichos grupos pueden o no tener actitudes homogéneas frente a los impactos de la actividad turística.

A nivel internacional muchos estudios han intentado identificar actitudes y percepciones de los residentes en las últimas décadas (Lankford, 1994; Amuquandoh, 2010; Schofield, 2011; Bâc, 2012, Rathore, 2012). Este movimiento creció de forma tímida en Brasil. Rezende & Rezende (2005), Filippim, Hoffmann & Feger (2006), Dall'Agnol (2012), Gastal & Dall'Agnol (2012) también analizan la percepción de los pobladores u otros grupos como empresarios o representantes del sector público en relación a los impactos positivos y negativos tanto económicos como socio-ambientales.

A pesar de esto no se observaron estudios nacionales que analicen las percepciones de los pobladores y trabajadores del sector y evalúen la diferencia entre ellas, el perfil, los intereses de los agentes y el involucramiento de éstos con la actividad turística. Considerando esta realidad este trabajo busca comprender las percepciones y las actitudes de los pobladores y trabajadores directos del turismo en relación a los impactos socio-ambientales, culturales, económicos y políticos del turismo como factores influyentes en la vida cotidiana de estos ciudadanos.

Se buscó investigar cómo perciben los grupos estudiados la actividad turística y cómo evalúan sus impactos, positivos y negativos, en las siguientes dimensiones: económica, social, ambiental, cultural y política. Además, se analizaron las actitudes de los pobladores y trabajadores en relación a los turistas y las diferencias entre las percepciones de ambos grupos.

AGENTES LOCALES DEL TURISMO

Los destinos turísticos concentran agentes responsables de promover cambios y producir espacios. Según Knafo (1999) responden por esta producción (turistificación) los turistas, el mercado y los planificadores del turismo. El autor omite a los residentes, un importante grupo que también pertenece a estas localidades y que posee intereses específicos ligados o no al sector. Los residentes (autóctonos) pueden ser divididos en agentes con participación pasiva y trabajadores del

sector. Éstos tienen una función crucial en el desarrollo de la actividad. Dichos grupos poseen sentimientos u opiniones que suelen ser ignoradas en un contexto donde puede prevalecer la escala de valores de los turistas y planificadores del turismo (Krippendorf, 2001).

Aunque estos grupos hayan cobrado relevancia en los medios académicos internacionales desde la década de 1970 (Schofield, 2011) en Brasil aún son escasos los estudios que procuran profundizar la comprensión de sus deseos, necesidades, percepciones y actitudes; buscando heterogeneidad en las diferencias internas e impactando en sus relaciones con el sistema turístico al que pertenecen (Cresswell & Merriman, 2011). La homogeneidad o heterogeneidad de percepciones puede ser benéfica o no para los intereses de los grupos externos, que imponen sus necesidades transgrediendo valores advertidos como necesarios para una actividad sustentable (Tovar & Lockwood, 2008).

Las poblaciones locales se ven como un grupo heterogéneo y están conformadas por individuos residentes internamente o no en el destino (Lankford & Howard, 1994; Lindberg & Johnson, 1997; Andriotis & Vaughan, 2003, Amuquandoh, 2010, Schofield, 2011) Para Andriotis & Vaughan (2003) comprender la heterogeneidad de estos grupos resulta significativamente importante para comprender las actitudes en el turismo y desarrollar estrategias viables para el compromiso de la comunidad con la planificación. Entre estos residentes puede haber individuos del sector público y privado y quienes participan o no, directa o indirectamente, de la actividad turística (Tosun, 2002). Krippendorf (2001) propone una clasificación para estos individuos: los llama viajados en contraposición con los viajeros (turistas).

Quienes viajaron son agrupados por Frattucci (2008) en cinco categorías: aquellos que están en contacto directo con los turistas (trabajadores del sector); los empresarios turísticos locales y de otras empresas que indirectamente dependen del turismo; los residentes que aún manteniendo contacto directo con los turistas no dependen totalmente de ellos para obtener sus ganancias; los habitantes que no mantienen ningún contacto con los turistas; y los políticos y gobernantes que ven en el turismo la oportunidad de elevar el nivel de vida de ellos y de la población local.

Para Frattucci (2000) los trabajadores directos del sector son en su mayoría oriundos de otros sectores económicos pero dependen directamente de los aportes del turismo. Son el grupo de asalariados para quienes el turismo es la principal fuente de ingresos; y no sólo interfieren en la calidad del turismo local sino que principalmente interfieren y son interferidos por los impactos resultantes del mismo.

Los residentes, por su parte, pueden tener algún tipo de relación con los turistas o no. Dependiendo de su relación con ellos perciben la actividad turística de diferentes maneras y poseen actitudes que expresan en su forma de participación (Alves, 2009). Como se observa, los pobladores participan de alguna manera de la producción turística porque interfieren en sus espacios, sea por

omisión o presencia en actividades de ocio (participación pasiva), o sea demandando obras infraestructurales y otras medidas de preservación o retirándose de las áreas más turistificadas como las del litoral (participación activa) (Knafou, 1999).

El concepto de participación pasiva y activa está relacionado con la actitud de apoyo o no a la actividad turística que, según algunos autores, se basa en la teoría del intercambio social. O sea que la relación entre residentes y turistas es un intercambio que implica costos y beneficios (Homans, 1961; Pearce & Ross, 1996 citado por Andriotis, 2005). Si los pobladores perciben al turismo como algo que les dará ganancias lo apoyarán, si no el intercambio no se realizará.

Así, se percibe la interferencia entre dichos agentes, que genera nuevas territorialidades (Rodrigues, 2006) y según Fratucci (2000: 63) aporta *“transformaciones significativas a las estructuras ocupacionales de la población residente en el área donde se manifiesta”*. Se da así una coproducción del territorio entre la pasividad o actividad del residente local, el poder público, las fuerzas del mercado y los viajeros, aunque la importancia de los primeros en la práctica sea relegada contrariando los principios de inserción de los documentos y modelos que prevén el llamado desarrollo local.

Partiendo del debate sobre desarrollo local y sustentabilidad que incluye la práctica de la participación popular se intenta observar parte de las percepciones de los residentes. Dicha perspectiva resulta pertinente en las prácticas cotidianas de los sujetos de destinos turísticos. Así, es relevante delinear los impactos del turismo vividos por estos sujetos en las siguientes categorías: económicos, políticos, sociales, ambientales y culturales.

IMPACTOS DEL TURISMO

Intensificado en el contexto del capitalismo moderno e insertado como una de las actividades que fundamentan la globalización (Rodrigues, 2006), el turismo acaba por materializar las contradicciones de ese modelo socioeconómico (Coriolano, 2006). Si bien puede caracterizarse como un fenómeno social, económico y cultural benéfico para los agentes que lo constituyen y para las localidades que en él participan, también puede contribuir a intensificar las tensiones socioculturales, la dependencia económica y la degradación ambiental (Puczko & Ratz, 2000; Urry, 2000). Knafou (1999) indica que el turismo transforma espacios y esta transformación es territorialmente significativa.

Visto como actividad de masas el turismo gana importancia económica y pasa a ser observado como sector. Analizado como causante de transformaciones negativas y positivas para la sociedad y su medio, el turismo pasa a ser observado como un fenómeno socio-espacial complejo y contemporáneo (Fratucci, 2009).

Paralelamente al turismo surgen debates acerca de las prácticas sustentables para promover un cambio en los paradigmas de la sociedad. Aunque ha sido analizado bajo la óptica económica el término sustentabilidad lleva su atención a todas las dimensiones de las relaciones humanas abarcando ópticas ambientales, sociales, culturales y políticas. El crecimiento del turismo se dio en un importante momento histórico, con todas sus contradicciones. Por un lado se posicionó como un hijo más del capitalismo explotando espacios y por otro lado se insertó como una de las principales alternativas para introducir y difundir los métodos del desarrollo sustentable, debido al gran impacto que ejerce en la vida de las personas y en los lugares donde ellas viven (Hall, 2004; Nasch, 2012).

Vale resaltar la diferencia existente entre “la sustentabilidad en el turismo” y “el turismo en la sustentabilidad”. Sobre la primera Beni (2006: 119) explicita:

“Considerando el hecho de que la no sustentabilidad de flujos turísticos hacia una determinada localidad tiene como consecuencia directa la insustentabilidad de la actividad, se nota que el alcance de la dimensión mercadológica de sustentabilidad de la actividad turística se hace prioritario, siendo subsidiado por el alcance de todas las otras dimensiones”.

La importancia del turismo para el contexto de la sustentabilidad indica que aunque genere e intensifique impactos negativos si es debidamente planeado dentro de límites apropiados puede aportar calidad al intercambio entre los individuos, preservando el ambiente y la cultura de las localidades y bienestar económico y social a los residentes y el entorno involucrado, más allá de los estrechos intereses de la misma actividad (OMT, 2001). Para Master (1998) la racionalidad económica del turismo propicia alternativas para el uso de áreas cuya explotación aparece como dañina para el ambiente como la agricultura o la minería.

En este contexto surge el término “impacto”, que según Amuquandoh (2010) así como los impactos favorables han sido descriptos como “beneficios” los impactos desfavorables se describen como “costos”. Así, la dimensión económica se inserta en la categoría de impactos positivos (Beni, 2006) y las dimensiones sociocultural y ambiental se insertan en la categoría de impactos negativos (OMT, 2001).

Considerar todas las dimensiones investigando sus aspectos positivos y negativos, dado el tamaño del fenómeno y sus especificidades, puede contribuir a reducir el costo social y potenciar los beneficios socioculturales y económicos de la actividad. Para Wood & House (1991) es posible identificar categorías de impactos que pueden afectar a los destinos en mayor o menor grado.

Impactos económicos

Los impactos económicos son los más explorados por la literatura. Son más perceptibles porque pueden ser demostrados a corto plazo y son más fáciles de medir que los demás, a pesar de que aún

no existe un método de medición totalmente delineado y ampliamente aceptado (Lickorish & Jenkins, 2000). Según Elías *et al.* (2003) la dificultad para cuantificar el impacto económico del turismo se debe al hecho de que se estructura en una cadena productiva multifacética que afecta muchas actividades productivas. La importancia del análisis de esos impactos radica en la producción de conocimiento que puede ser utilizado por los gobiernos y organizaciones no gubernamentales (ONGs) para reducir los perjuicios del turismo o potenciar las experiencias positivas de todos los involucrados.

Tomljenovic & Faulkner (2000) dicen que el turismo subyace una lógica de impactos positivos económicos que prevalece sobre la percepción de las consecuencias sociales negativas. Los impactos económicos positivos más citados son la generación de ingresos, el aumento de la capacidad empresarial, la generación de empleo, la distribución de ingresos, la contribución al Producto Interno Bruto (PIB), la contribución al equilibrio de la balanza de pagos, el efecto de redistribución del ingreso, el efecto multiplicador y la diversificación económica (Lickorish & Jenkins, 2000; Lage & Milone, 2001; OMT, 2001; Lemos, 2001; Beni, 2004; Beni, 2006; Pham, Simmons & Spurr, 2010; Madsen & Jie, 2010; Petrevska, 2012; Ray, Das, Sengupta & Ghosh, 2012). Entre los impactos negativos están la inflación, la especulación inmobiliaria, la fuga de beneficios económicos, la fluctuación de la demanda turística, la distorsión en la economía local, el costo de oportunidad y la dependencia de las divisas generadas por el turismo (Lickorish & Jenkins, 2000; Lage & Milone, 2001; OMT, 2001; Lemos, 2001; Beni, 2004; Beni, 2006; Pham, Simmons & Spurr 2010; Dumitru, 2012; Petrevska, 2012; Ray, Das, Sengupta & Ghosh, 2012).

Impactos sociales y culturales

La OMT (2001) define los impactos socioculturales de la actividad turística como *“el resultado de las relaciones sociales mantenidas durante la estadía de los visitantes, cuya intensidad y duración son afectadas por factores espaciales y temporales específicos”*. La actividad turística ocurre en un ámbito donde entran en contacto personas de bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes (OMT, 2001). Esta relación provoca efectos en las manifestaciones y tradiciones culturales, en los valores y en los comportamientos sociales; y repercute sobre la identidad de las comunidades receptoras de forma positiva o negativa (Pires, 2004). Se observa por medio de este análisis la complejidad de la medición de estos impactos. Junto con los impactos culturales, los impactos sociales son los más difíciles de analizar. La atención a estos impactos suele dejarse de lado no sólo por falta de interés sino por la complejidad que exige su profundización. Por ser más intangibles y perceptibles a largo plazo (Lickorish & Jenkins, 2000) exigen estudios más onerosos que necesitan de la participación de varias áreas de las ciencias como la antropología, sociología, psicología y otras (Antunes, 2006). Además, en conjunto con los impactos culturales suelen ser analizados bajo el punto de vista negativo. Tovar & Loockwood (2008) observan que el estudio de los impactos sociales es crucial para la planificación y la toma de decisiones en el turismo.

Los impactos sociales positivos pueden ser traducidos mediante la mejora del bienestar social de los agentes y las localidades involucradas (Lemos, 2001). Según la OMT (2001) la población local modifica su comportamiento de consumo aumentando la gama de sus necesidades y acelerando los cambios sociales. Además, se enfatiza la mejora de las infraestructuras locales, las nuevas perspectivas sociales, la posibilidad de movilidad social y la integración y el incremento de la consciencia social. Los impactos culturales positivos abarcan el intercambio cultural, la revisión de valores internos, la preservación de bienes tangibles e intangibles y la renovación de espacios abandonados (Lickorish & Jenkins, 2000; OMT, 2001; Beni, 2004; Antunes, 2006; Beni, 2006; Tovar & Loockwood, 2008; Bertoldi, Cerruti & Russo, 2009; Jamal, Hartl & Lohmer, 2010; Aspinall, Cukier & Doberstein, 2011; Ryan, Chaozhi & Zeng, 2011; Dumitru, 2012; Rathore, 2012; Ray, Das, Sengupta & Ghosh, 2012).

Entre los impactos sociales negativos están la migración descontrolada, el crecimiento descontrolado de las ciudades, los procesos de gentrificación, la intensificación de la segregación espacial, la tensión, los perjuicios sociales y la desintegración local. Los impactos culturales negativos más citados en la bibliografía son la descaracterización de la cultura local, la artificialidad del intercambio y de los espacios, la reproducción de estereotipos, el aumento de la pérdida del placer y el resentimiento en la relación turista-visitante (Luchiari, 1998; Lickorish & Jenkins, 2000; Krippendorff, 2001; OMT, 2001; Beni, 2006; Fratucci, 2008; Tovar & Loockwood, 2008; Ryan, Chaozhi & Zeng, 2011; Dumitru, 2012; Rathore, 2012).

Impactos ambientales

El medio ambiente físico está formado por componentes naturales y contruidos. Según Lickorish & Jenkins (2000) los componentes naturales son los que provee la naturaleza, es decir clima, temperatura, agua, topografía, suelo, flora, fauna, entre otros. El medio ambiente construido es aquel producido por el hombre como las construcciones y otras estructuras. Las transformaciones traídas por el capitalismo al medio ambiente natural sobre todo a partir de la revolución industrial en el siglo XIX están entre las principales preocupaciones de principios del siglo XXI. Esto se observa en la proliferación de conferencias mundiales con el objetivo de reducir dichos impactos en el planeta.

El turismo es un consumidor específico de recursos naturales, ya que éstos constituyen la base de su desarrollo (OMT, 2001). Así, el turismo contribuye a acelerar los impactos ambientales por medio de algunas de sus formas de manifestarse. No son raros los casos en los que la actividad si no es considerada como el principal agravante, es vista como la causante de la degradación ambiental local junto con otras actividades económicas como la agricultura o la industria (Lickorish & Jenkins 2000). Krippendorff (2001) explica que el paisaje es el principal motivo para que exista el turismo y afecte su fuerza económica. Como es posible observar los impactos negativos de la actividad en el medio ambiente son fácilmente verificados porque al ser el turismo una actividad heterogénea que intensifica el uso de los espacios naturales y contruidos, se superan los límites apropiados de

determinadas áreas sin que éstas tengan tiempo para regenerarse en forma natural o por la intervención del hombre. Para que los impactos negativos sean controlados o eliminados o para que el turismo produzca efectos positivos es necesario un gerenciamiento adecuado de la actividad (Hall, 2004). Vale decir que estos impactos son diferentes dependiendo de los contextos que los reciben.

Los impactos ambientales negativos más evidentes de la actividad turística son los diferentes tipos de contaminación (agua, aire, sonora, visual), la sobrepoblación y el congestionamiento, los problemas del uso de la tierra, la ruptura ecológica, los daños a la naturaleza, la contaminación arquitectónica y el despojo inadecuado de los residuos. Entre los posibles impactos ambientales positivos están la preservación de áreas naturales y construidas, la mejora de la calidad ambiental y las mejoras de la infraestructura (Lickorish & Jenkins, 2000; Lage & Milone, 2001; OMT, 2001; Lemos, 2001; Beni, 2004; Beni, 2006; Amuquandoh, 2010; Pham, Simmons & Spurr, 2010; Vehbi & Doratli, 2010; Ryan, Chaozhi & Zeng, 2011).

Liu, Sheldon & Var (1987) y Kuvan & Akan (2005) observaron que los impactos ambientales se indican como los más percibidos por los residentes. Para Amuquandoh (2010) dichos impactos son aquellos que los residentes consideran como prioritarios antes de decidir aceptar o rechazar la inclusión del turismo.

Impactos políticos

En la actividad turística la política de turismo es lo que un gobierno decide hacer o no (Hall, 2004). Así, con o sin una dirección política se producirán consecuencias para la sociedad y los agentes que forman parte de ella. La diferencia es que si no hay objetivos prefijados los impactos negativos serán más dañinos e irreversibles.

La puesta en práctica de políticas turísticas resulta de extrema importancia para controlar la actividad y aumentar sus beneficios (Beni, 2006). La existencia de una política turística no significa que todos los problemas del turismo de una localidad serán resueltos o que el turismo no ocasionará impactos negativos, sino que éstos podrán ser estructuralmente identificados y mejorados para atender los intereses de la sociedad y propiciarle beneficios a través de un proceso articulado en la toma de decisiones (Hall, 2004).

Estos lineamientos estratégicos por parte del gobierno han sido criticados pues si bien en las últimas décadas muchos destinos han presentado sus planes de desarrollo turístico, su aplicabilidad no ha sido debidamente demostrada. Esto ha generado descontento social y escepticismo en relación a su efectividad. Sin embargo, las fallas del mercado en la gestión de la actividad turística y sus intereses prioritariamente económicos marcan la necesidad de la intervención de políticas públicas (Beni, 2004, 2006; Hall, 2004).

Los principales impactos negativos característicos de la no intervención política son la ausencia de supervisión de las iniciativas del mercado, la ausencia de una dirección estratégica para el desarrollo, la falta de atención a los intereses y necesidades colectivas, mayores impactos culturales, sociales, ambientales y políticos, desarticulación y falta de sinergia. Los impactos políticos negativos resultantes de una inadecuada creación de políticas son: política ineficaz, autopromoción política, exceso de burocracia y complejidad organizacional (Lickorish & Jenkins, 2000; Hall, 2004; OMT, 2001; Beni, 2004 y 2006; Fletcher & Morakabati, 2008).

En relación a los impactos positivos característicos de la intervención política la bibliografía enfatiza la planificación, articulación, sinergia, la representación de los intereses de la colectividad, mayor posibilidad de equilibrio regional, contribución al desarrollo sustentable y mayor posibilidad de eficiencia y eficacia en las acciones (Hall, 2004; OMT, 2001; Petrocchi, 2001; Beni, 2004, 2006; Dumitru, 2012).

Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo

Para Beni (2006) el desarrollo del turismo potencia sus impactos, lo que puede provocar que los residentes estén en desacuerdo con la actividad. La relación entre residentes y visitantes es un intercambio que incluye costos y beneficios, donde los pobladores tienen una actitud positiva o negativa respecto del turismo dependiendo del resultado final de esa relación (Beni, 2006; Amuquandoh, 2010). Según Beni (2006) es probable que los residentes perciban el impacto económico del turismo como positivo porque existe un beneficio directo que puede ser medido, incluso parcialmente. No obstante, se espera que los impactos sociales, culturales y ambientales sean percibidos como negativos o neutros. Estas proposiciones teóricas se refieren a los residentes en general sin diferenciar los agentes que residen en la ciudad y pueden o no involucrarse directamente en el turismo (trabajadores directos del sector).

Los resultados de los estudios internacionales indican que puede haber diferencia entre la percepción de los residentes y los trabajadores del turismo acerca de los impactos de la actividad turística. En base a la teoría del intercambio social de Homans (1961) Andriotis (2000; 2005) verificó que los trabajadores directos del turismo tienden a ser más positivos en relación al turismo debido a su dependencia económica y a la necesidad de empleo. Así, este estudio analizó las percepciones y actitudes de residentes y trabajadores directos del turismo en un destino turístico nacional y comparó las visiones de los dos grupos sobre los impactos del turismo.

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

Para este estudio se eligió el municipio del litoral Rio das Ostras, localizado en el estado de Rio de Janeiro. El mismo recibe anualmente un gran flujo de visitantes y ha experimentado un importante crecimiento en las últimas décadas. Su población se triplicó entre 1996 y 2010, alcanzando 105.676

habitantes (IBGE, 2013). Como muchas ciudades de la costa brasileña para Rio das Ostras el turismo es su principal ingreso económico. Explora principalmente los segmentos de sol y playa y el turismo de negocios vinculado al sector petrolero de la región de Bacia de Campos. Dista cerca de 170 km. del municipio de Rio de Janeiro y se localiza en la Región de la Costa do Sol al este de la capital. Posee 26 km. de costas divididos en 14 playas, además de lagunas e islas oceánicas. El Plan Director de la ciudad definió al turismo como la principal área de inversiones públicas y se realizaron reformas urbanas para beneficiar a la población y estimular el turismo de forma sustentable, recurriendo a los *royalties* petroleros (Prefeitura de Rio das Ostras, 2010). Merece ser destacado que la localidad de Rio das Ostras históricamente se ha caracterizado como una ciudad de segunda residencia para el litoral fluminense. Recién después de su proceso de emancipación administrativa, gracias a las estrategias políticas asumidas por los organismos locales, se nota un intento por priorizar el sector de turismo de negocios y eventos, cuyo principal polo emisor es el municipio vecino de Macaé donde se concentra gran parte de las empresas e industrias petroleras de Bacia de Campos.

Con el objetivo de investigar las percepciones y actitudes de residentes y trabajadores directos del turismo en Rio das Ostras se realizó una investigación exploratoria y cuantitativa de tipo *survey*. El *survey* es el método cuantitativo más conocido y utilizado en las ciencias sociales y se caracteriza por la aplicación de cuestionarios a una muestra de la población. La investigación fue de carácter exploratorio abordando el tema bajo una nueva perspectiva con nuevas proposiciones para el sector. La muestra siguió el modelo no aleatorio por conveniencia buscando incluir representantes de los dos grupos definidos en los objetivos (Babbie, 2001; Collis & Hussey, 2005; Vergara, 1997).

Fueron entrevistados 205 residentes de Rio das Ostras de todos los distritos del municipio. Se incluyeron en la muestra sólo los pobladores con cinco o más años de residencia y los trabajadores del turismo con dos años o más de empleo en el lugar. La recolección de datos fue realizada entre los meses de abril y mayo de 2010 por un equipo de tres investigadores estudiantes de turismo en la Universidad Federal Fluminense. Los entrevistados fueron abordados en sus domicilios, lugares de trabajo y áreas públicas.

Instrumento de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos fue dividido en tres secciones: a) identificación del perfil socioeconómico; b) percepciones en relación a los impactos del turismo; 3) actitudes de los entrevistados en relación al turismo y los turistas. La tercera sección del cuestionario se basó en el estudio de Andriotis (2000; 2005) sobre la percepción de pobladores y trabajadores del turismo en la Isla de Creta (Grecia). Los ítems de la escala fueron traducidos y adaptados a la realidad brasileña bajo la supervisión de dos especialistas del área. La escala de investigación es de tipo *Likert*, donde los entrevistados expresan su grado de concordancia en relación a un conjunto de ítems o afirmaciones. Para permitir mejores análisis estadísticos se eligió una escala de siete puntos, donde:

1 = desacuerdo totalmente y 7 = coincido totalmente. Para las escalas actitudinales que midieron la actitud general de los grupos en relación al turismo y los turistas se usaron escalas de diferencial semántico de siete puntos (Corrar *et al.*, 2012).

Tratamiento de los datos

Los datos fueron tratados en el software estadístico SPSS versión 16.0. Para identificar la existencia de una diferencia significativa entre la percepción de los dos grupos investigados (pobladores versus trabajadores directos del turismo) se utilizó el test estadístico *Mann-Whitney U*. El test verifica si hay diferencia entre dos grupos analizados y fue elegido por tratarse de un test no paramétrico, pues la distribución de las variables no se mostró normal (Hair *et al.*, 1998). El nivel de significancia elegido fue de 0,05 con un intervalo de confianza de 95%.

RESULTADOS

De los 205 entrevistados el 59% eran mujeres y el 41% hombres, concentrados en una franja etaria de entre 20 y 60 años, con una mayor representación de adultos entre 20 y 40 años (56%). Predominó la educación media (51%) y el 22% poseía educación superior y posgrados. El 42,3% de los trabajadores directos del turismo pertenecía a los sectores de hotelería y alimentos & bebidas.

Impactos percibidos del turismo

Los impactos percibidos del turismo fueron medidos según las recomendaciones de la bibliografía. El cuestionario incluyó aspectos negativos y positivos. Las Tablas 1, 2 y 3 presentan los resultados de las medias (escala de 1 a 7) y del grado de concordancia de los entrevistados en relación a cada ítem.

Tabla 1: Impactos percibidos del turismo: económicos

Ítems del Cuestionario	Medias	Concordancia
El Turismo ayuda al ascenso social.	5,25	75,3%
El turismo genera más empleo.	5,51	81,8%
El Turismo trae ventajas económicas para Rio das Ostras.	5,62	83,6%
Las personas logran ganar dinero con el Turismo.	5,88	89,7%
Los precios de la ciudad aumentan durante las vacaciones y días feriados.	5,98	87,2%
El turismo aumentó la especulación inmobiliaria.	6,23	91,4%

Fuente: Elaboración propia

En relación a los impactos económicos del turismo se puede observar que hay un alto grado de concordancia en referencia a los impactos positivos como el ascenso social, el aumento de las oportunidades de empleo y la generación de ventajas económicas para el municipio y la población.

Sin embargo, el grado de concordancia también es alto en relación a los impactos negativos, ya que la actividad turística provoca el aumento de precios en temporada alta y la especulación inmobiliaria.

Tabla 2: Impactos percibidos del turismo: culturales, sociales y políticos

Ítems del Cuestionario	Medias	Concordancia
El Turismo genera mayor preocupación social por parte de los políticos.	3,71	38,9%
El turismo propició la creación de planes de desarrollo para la ciudad.	4,38	57,8%
El Turismo hace que la población ayude más en las decisiones de la ciudad.	4,05	48,4%
El Turismo trae novedades positivas para la ciudad.	5,33	80,1%
La interacción entre pobladores y visitantes es positiva.	5,06	70,8%
Por medio de los turistas, los pobladores de Rio das Ostras obtienen más conocimiento.	4,21	51,3%
Los visitantes traen hábitos perjudiciales para la ciudad.	4,16	47,7%
Los mercados, farmacias y panaderías tienen largas filas en alta temporada.	6,27	92,6%
Falta agua cuando la ciudad está llena.	6,28	89,4%
La violencia aumenta durante las vacaciones.	5,19	71,1%

Fuente: Elaboración propia

En relación a los impactos culturales, sociales y políticos del turismo se observa que los entrevistados no coinciden en que el turismo haya provocado una mayor preocupación social en los políticos. También existe una división de opiniones en los demás ítems relacionados con los impactos políticos positivos, indicando que no todos perciben mejoras en este aspecto. En cuanto a los impactos sociales y culturales positivos hay más concordancia, indicando que la interacción y las novedades aportadas por el turismo son bien vistas por los pobladores y trabajadores. No obstante, el grado de concordancia aumenta significativamente cuando el tema remite a los aspectos sociales y culturales negativos como el aumento de la violencia, la falta de agua y la dificultad en el comercio.

Tabla 3: Impactos percibidos del turismo: ambientales

Ítems del Cuestionario	Medias	Concordancia
El Turismo en Rio das Ostras es ambientalmente responsable.	3,92	44,4%
El Turismo ayuda a preservar el medio ambiente.	3,48	35,9%
El Turismo contamina Rio das Ostras.	5,31	73,3%
El Turismo ensucia las calles y playas de la ciudad.	5,69	82,1%
Los hoteles no tratan las aguas residuales.	4,86	63,7%
Las áreas verdes fueron deforestadas para construir hoteles.	4,78	63,0%
Los animales terrestres y marinos están siendo amenazados con el aumento del turismo.	4,65	60,4%

Fuente: Elaboración propia

A pesar de la política de desarrollo del turismo sustentable de la prefectura de la ciudad (Prefeitura de Rio das Ostras, 2010), los entrevistados indicaron que el turismo en Rio das Ostras no es ambientalmente responsable, no ayuda a la preservación del medio ambiente y genera muchos

residuos y suciedad en las calles y playas de la comunidad. También hay una clara preocupación por el destino de las cloacas, la deforestación y la amenaza que sufren los animales terrestres y marinos.

Tabla 4: Percepción de los impactos ambientales negativos del turismo: comparación entre grupos

Mann-Whitney U	2378,000
Wilcoxon W	5781,000
Z	-3,343
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,001

Fuente: Elaboración propia

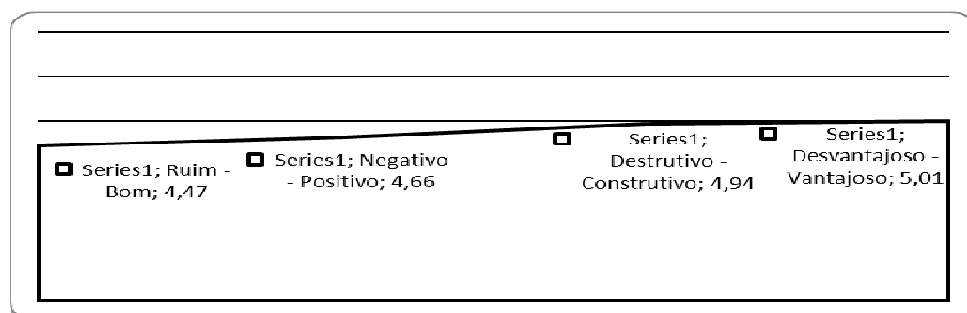
El análisis realizado para verificar las diferencias entre la percepción de los grupos indicó que existe una diferencia estadísticamente significativa sólo en relación a los impactos ambientales negativos (Tabla 4). Los residentes son más severos que los trabajadores directos del turismo en este ítem, coincidiendo en mayor grado en que el turismo provoca perjuicios ambientales al municipio (medias: residentes = 5,28; trabajadores = 4,54). Esta diferencia puede deberse a dos factores. El primero es que los trabajadores del turismo por estar más integrados a la actividad pueden tener acceso a la información diferenciada que les permite comprender los impactos ambientales de manera específica y los residentes reciben información masificada y poco especializada. El segundo, en cambio, puede indicar que los trabajadores del turismo han adquirido una visión sesgada y proteccionista de las empresas donde trabajan.

Cuando se les preguntó cuál es el principal beneficio del turismo la mayoría de los entrevistados (71,8%) indicó el beneficio económico mediante la generación de empleo e ingreso. Estos resultados indican que existe consciencia sobre la importancia del turismo para la ciudad como actividad generadora de divisas. Sin embargo, los resultados de este estudio muestran que hay muchas percepciones negativas, sobre todo en relación a los aspectos ambientales y sociales. Estos resultados coinciden con la bibliografía en lo que concierne a la percepción positiva de los impactos económicos y la negativa de los impactos ambientales. A pesar de las ganancias económicas que produce el turismo existe una carga ambiental que debe ser considerada. Además, los problemas sociales y la exclusión económica de algunos segmentos de la población no deben ser subestimados.

Actitudes en relación al turismo y a los turistas

La actitud en relación al turismo fue investigada por medio de una escala de diferencial semántico con adjetivos opuestos que representan cogniciones y sentimientos relacionados con el fenómeno (malo/bueno; negativo/positivo; destructivo/constructivo; desventajoso/ventajoso). En una escala de 1 a 7, 1 representaba el aspecto más negativo y 7 el aspecto más positivo. La Figura 1 presenta los resultados obtenidos.

Figura 1: Actitud general en relación al turismo (medias)



Fuente: Elaboración propia

La actitud en relación al turismo está por encima del punto medio de la escala con una media general de 4,76. Esto indica una actitud positiva en relación al fenómeno más próxima a regular. La Tabla 5 presenta el resultado del test *Mann-Whitney U* de comparación de los grupos e indica que no hay diferencia estadísticamente significativa entre la opinión de los residentes y de los trabajadores directos del turismo.

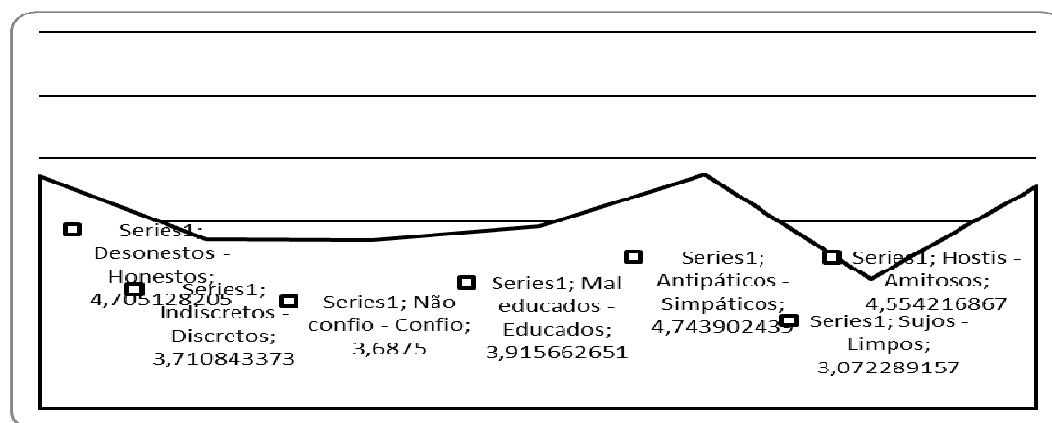
Tabla 5: Actitud general en relación al turismo: comparación entre grupos

Mann-Whitney U	3254,500
Wilcoxon W	6824,500
Z	-0,870
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,384

Fuente: Elaboración propia

La actitud en relación a los turistas también fue investigada por medio de una escala de diferencial semántico, representando cogniciones y sentimientos que pueden estar presentes en la relación con los turistas que visitan la ciudad (deshonestos/honestos; indiscretos/discretos; no confío/confío; mal educados/educados; antipáticos/simpáticos; sucios/limpios; hostiles/amistosos). Nuevamente en una escala de 1 a 7, 1 representaba el aspecto más negativo y 7 el aspecto más positivo. La Figura 2 presenta los resultados obtenidos.

Figura2: Actitud general en relación a los turistas (medias)



Fuente: Elaboración propia

La actitud general en relación a los turistas obtuvo una media de 4,40. Es una actitud positiva pero muy cercana a lo regular. Los ítems que quedaron por debajo de la media indicando una evaluación negativa están relacionados con la discreción, confianza, educación y limpieza. La limpieza obtuvo la menor media entre los ítems, indicando que los entrevistados están insatisfechos con el comportamiento de los turistas.

Tabla 6: Actitudes en relación a los turistas: medias de los grupos

Ítem	Grupos	Medias
Sucios - Limpios	Pobladores	3,07
	Trabajadores del turismo	3,88
Hostiles - Amistosos	Pobladores	4,55
	Trabajadores del turismo	5,14

Fuente: Elaboración propia

El test de comparación entre los grupos indicó que en los aspectos limpieza y hostilidad se dio una diferencia estadísticamente significativa, o sea que los residentes consideran a los turistas menos limpios y menos amistosos que lo que creen los trabajadores directos del sector. La Tabla 6 presenta las medias por grupo y la Tabla 7 muestra el resultado del test *Mann-Whitney U*.

Tabla 7: Actitudes en relación a los turistas: test de comparación entre los grupos

	Sucios - Limpios	Hostiles - Amistosos
Mann-Whitney U	2443,500	2616,500
Wilcoxon W	5929,500	6102,500
Z	-2,372	-2,018
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,018	0,044

Fuente: Elaboración propia

Los resultados del estudio muestran una actitud ligeramente positiva de los agentes locales, indicando que los grupos de residentes y trabajadores no consideran al turismo como negativo para la ciudad y no se oponen a la actividad. Esta información beneficia la actividad turística en la ciudad estudiada. Como los grupos residentes están relativamente a favor de la actividad turística, tanto el sector público como el sector privado, poseen aliados en la creación y puesta en marcha de acciones y planes de desarrollo del sector. No obstante, los datos también revelan que existe cierta resistencia por parte de la población en relación a determinados comportamientos de los turistas y que el grado de aceptación de la actividad turística está por debajo de lo que debería ser. Vale decir que gracias al crecimiento acelerado del municipio en los últimos años la población local tiene características bastante heterogéneas debido al alto porcentaje de migrantes de otras áreas del estado y del país.

CONSIDERACIONES FINALES

Este estudio analizó la percepción de los residentes acerca de los impactos ambientales, políticos, sociales, económicos y culturales del fenómeno turístico; tanto positivos como negativos. El trabajo de campo se realizó en una ciudad balnearia del estado de Rio de Janeiro donde el turismo experimentó un gran crecimiento en las últimas décadas, recibiendo muchas inversiones públicas y privadas. Se buscó evaluar los diferentes grupos de residentes, los pobladores no involucrados directamente con la actividad turística y aquellos que trabajan en el sector. Todos poseen diferentes actitudes y percepciones sobre el fenómeno.

Los resultados de la investigación indican que los impactos económicos son los considerados más positivos como preveían los estudios anteriores. Mientras que los impactos negativos fueron percibidos como relevantes en todas las dimensiones de análisis, mostrando que los residentes entrevistados sufren efectos colaterales indeseables de la actividad turística en términos económicos, sociales y ambientales. Aparentemente, el acelerado crecimiento de la ciudad y el flujo turístico trajo problemas que no fueron adecuadamente solucionados por las políticas públicas implementadas. Esto se refleja en las actitudes generales en relación al turismo y los turistas, que se mostraron ligeramente positivas pero peligrosamente próximas a la media. Este factor puede ocasionar consecuencias negativas futuras como hostilidad o una menor hospitalidad por parte de la población. Además de los agravantes en lo que respecta a los impactos culturales y la imagen del destino. En este sentido, las políticas públicas deben ser desarrolladas para evitar que se revierta la actitud positiva hacia una actitud negativa.

Otro punto a ser considerado en este análisis es la estrategia adoptada por los planes de desarrollo turístico locales que buscaron disminuir la participación del turismo de segunda residencia (veraneo) en favor del crecimiento del segmento de turismo de negocios y eventos. A pesar de los insistentes intentos implementados el turismo de veraneo aún predomina en la ciudad, principalmente en alta temporada (diciembre a marzo) y los fines de semana largos, llevando un perfil de visitantes con características socioculturales más populares que se preocupan menos por los cuidados ambientales. Indirectamente, este perfil de visitante parece justificar la posición negativa de los grupos de pobladores y trabajadores en relación a sus comportamientos y hábitos durante su permanencia en la ciudad.

En relación a la comparación entre el grupo de pobladores y trabajadores directos del turismo, los resultados mostraron que los segundos fueron menos severos al evaluar los impactos del turismo en el medio ambiente y evaluaron mejor a los turistas en algunos ítems. En todas las demás preguntas los grupos siguieron el mismo patrón de respuesta, coincidiendo en relación a los impactos positivos y negativos. El comportamiento de los turistas fue desaprobado por ambos grupos en cuatro dimensiones: discreción, confianza, educación y limpieza. Durante las entrevistas realizadas no fueron pocos los relatos que indicaron que la actividad turística era mejor en el pasado. Esta

información junto con los demás datos puede significar que las políticas de desarrollo no han atraído a un visitante con un perfil benéfico para la ciudad. En este sentido, es importante reflexionar sobre las acciones anteriores y promover la participación popular en la creación y desarrollo de una nueva planificación para el turismo de la región que sea más inclusiva.

Este trabajo buscó contribuir a reflexionar sobre los impactos del turismo bajo la perspectiva de grupos de residentes (los visitados) que enfrentan cotidianamente las bondades y perjuicios de la actividad. Se trata de un trabajo exploratorio que enfrenta las limitaciones de una muestra no aleatoria representativa de la población. Los resultados no deben ser generalizados, pero proveen indicadores e ideas que pueden guiar estudios futuros e investigaciones más profundadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alves, K. M. S.** (2009) "O papel do residente na produção do espaço turístico em Natal/RN". *Cultur Revista da Cultura e Turismo* 3(3): 103-120
- Amuquandoh, F. E.** (2010) "Residents' perceptions of the environmental impacts of tourism in the Lake Bosomtwe Basin, Ghana". *Journal of Sustainable Tourism* 18(2): 223-238
- Andriotis, K. & Vaughan, R. P.** (2003) "Urban residents' attitudes toward tourism development: the case of Crete". *Journal of Travel Research* 42(4): 172-185
- Andriotis, K.** (2000) "Local community perceptions of tourism as a development tool: the island of Crete". Tese de doutorado. Bournemouth University, Poole, Dorset
- Andriotis, K.** (2005) "Community groups' perceptions of and preferences to Tourism development: Evidence from Crete". *Journal of Hospitality and Tourism Research* 29(1): 67-90
- Antunes, R.** (2006) "Desenvolvimento turístico: um olhar sobre as comunidades receptoras". In: Ruschmann, D. van de M. & Solha, K. T. *Planejamento Turístico*. Editora Manole, São Paulo, pp. 201-218
- Aspinall, A; Cukier, J. & Doberstein, B.** (2011) "Quality of life assessments and social sustainability: Ski Tourism development in Invermere, British Columbia". *Journal of Environmental Assessment Policy & Management* 13(2): 179-201
- Babbie, E.** (2001) "Métodos de pesquisa de survey". Editora UFMG, Belo Horizonte
- Bâc, D. P.** (2012) "The impacts of tourism on society". *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 21(1): 500-506
- Beni, M. C.** (2006) "Política e planejamento de turismo no Brasil". Editora Aleph, São Paulo
- Beni, M. C.** (2004) "Análise estrutural do turismo". Editora Senac, São Paulo
- Bertoldi, B; Cerruti, E. & Russo, G.** (2009) "Managing culture heritage thinking to community benefits: two innovative methods to quantify impact on tourism and on private properties in a wider EIM model for Turin". *Economia Aziendale Online* 2000 Web, (3): 43-65
- Collis, J. & Hussey, R.** (2005) "Pesquisa em administração: Um Guia Prático para Alunos de Graduação e Pós-Graduação". Editora Bookman, Porto Alegre

- Coriolano, M. T. & Luzia, N.** (2006) "Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios". In: Geraiges, A.; Arroyo, M. & Silveira, M. L. América Latina: cidade, campo e Turismo. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), San Pablo, pp. 367-379
- Corrar, L. J.; Paulo, E. & Filho, J. M. D.** (2012) "Análise multivariada para cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia". Editora Atlas, São Paulo
- Cresswell, T. & Merriman, P.** (2011) "Geographies of mobilities – practices, spaces subjects". Ashgate Publishing, Surrey
- Dall' Agnol, S.** (2012) "Impactos do turismo X comunidade local - Turismo e paisagem: relação complexa". Anais do VII Seminário de pesquisa em Turismo do Mercosul (SEMINTUR). Universidade de Caxias do Sul (RGS), Caxias do Sul, pp. 1-15
- Dumitru, T.** (2012) "The impact of tourism development on urban environment". *Studies in Business & Economics* 7(3): 160-164
- Elías, S. F. M. del R. & Legnini, C.** (2003) "Impacto del turismo: un análisis sectorial empírico". Departamento de Economía. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca
- Filippim, M. L.; Hoffmann, V. E. & Feger, J. E.** (2006) "Turismo e impacto social: análise da instalação de um empreendimento hoteleiro sob a ótica da população local". III SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. AEDB, Rio de Janeiro/RJ, pp. 1-9
- Fletcher, J. & Morakabati, Y.** (2008) "Tourism activity, terrorism and political instability within the Commonwealth: The cases of Fiji and Kenya". *International Journal of Tourism Research* 10(6): 537-556
- Fratucci, A. C.** (2000) "Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico". *Geographia* 2(4): 121-133
- Fratucci, A. C.** (2008) "A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: as possibilidades das redes regionais de turismo". Tese de Doutorado. Programa de Pós Graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense (UFF). Rio de Janeiro
- Fratucci, A. C.** (2009) "Refletindo sobre a gestão dos espaços turísticos: perspectivas para as redes regionais de Turismo". *Turismo em Análise* 20(3): 391-408
- Gastal, S. A. & Dall' Agnol, S.** (2012) "Turismo em laguna (SC): Impactos e atitude". *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* 6(1): 16-31
- Hair, J. F. J.; Anderson, R. E.; Tathan, R. L. & Black, W. C.** (1998) "Multivariate data analysis". Prentice Hall, New Jersey
- Hall, C. M.** (2004) "Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos". Contexto, São Paulo
- Homans, G.** (1961) "Social behavior – its elementary forms". Harcourt, Brace & World, New York
- IBGE** (2013) "Rio de Janeiro - Rio das Ostras". Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br>. (Acesso em 29 de outubro de 2013)
- Jamal, T; Hartl, C. & Lohmer, R.** (2010) "Socio-cultural meanings of tourism in a local-global context: implications for planning and development". *The Journal of Management Awareness* 13(1): 1-15
- Knafou, R.** (1999) "Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo". In: Rodrigues, A. B. (org.) *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. Hucitec, São Paulo, pp. 62-74

- Krippendorf, J.** (2001) "Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens". Aleph Turismo, São Paulo
- Kuvan, Y. & Akan, P.** (2005) "Residents' attitudes toward general forest-related impacts of tourism: The case of Belek, Antalya". *Tourism Management Research* 26(5): 691–706
- Lage, B. H. G. & Milone, P. C.** (2001) "Economia do turismo". Editora Atlas, São Paulo
- Lankford, S. V. & Howard, D. R.** (1994) "Developing a tourism impact scale". *Annals of Tourism Research* 21(1): 121–139
- Lankford, S. V.** (1994) "Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development". *Journal of Travel Research* 32(3): 35–43
- Lemos, L.** (2001) "Turismo: que negócio é esse?: Uma análise da economia do turismo". Papirus, São Paulo
- Lickorish, L. J. & Jenkins, C. L.** (2000) "Introdução ao turismo". Editora Elsevier, Rio de Janeiro
- Lindberg, K. & Johnson, R.** (1997) "Modeling resident attitudes toward tourism". *Annals of Tourism Research* 24(2): 402–424
- Liu, J.; Sheldon, P. & Var, T.** (1987) "Resident perceptions of the environmental impacts of tourism". *Annals of Tourism Research* 14(1): 17–37
- Luchiari, M. T. D. P.** (1998) "Urbanização turística. Um novo nexo entre o lugar e o mundo". II Encontro Nacional de Turismo com Base Local. Fortaleza, CE. Disponível em <<http://www.antropologiasocial.org/contenidos/publicaciones/otautores/fortcon.pdf>>. (Acesso em 10 de outubro de 2010)
- Madsen, B. & Jie, Z.** (2010) "Towards a new framework for accounting and modelling the regional and local impacts of Tourism". *Economic Systems Research* 22(4): 313-340
- Master, D.** (1998) "Marine wildlife tourism: developing a quality approach in the highlands and islands". A Report for the Tourism and Environment Initiative and Scottish Natural Heritage, Inverness
- Nasch, D.** (2012) "Tourism as a form of imperialism". In: Graburn, N. H. H. & Smith, V. L. (org) *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 37-52
- OMT** (2001) "Introdução ao turismo". Roca, São Paulo
- Petrevska, B.** (2012) "Economic impacts of tourism: The evidence of Macedonia". *Young Economists Journal / Revista Tinerilor Economisti* 9(18): 174-181
- Petrocchi, M.** (2001) "Gestão de pólos turísticos". Futura, São Paulo
- Pham, T. D.; Simmons, D. G. & Spurr, R.** (2010) "Climate change-induced economic impacts on tourism destinations: the case of Australia". *Journal of Sustainable Tourism* 18(3): 449-473
- Pires, E. V.** (2004) "Impactos sócio-culturais do turismo sobre as comunidades receptoras: uma análise conceitual". *Caderno Virtual de Turismo* 4(3): 14-18
- Prefeitura de Rio das Ostras** (2010) "Portal da prefeitura de Rio das Ostras". Disponível em <<http://www.riodasostras.rj.gov.br/index.html>> (Acesso em 4 de agosto de 2010)
- Puczko, L. & Ratz, T.** (2000) "Tourist and resident perceptions of the physical impacts of tourism at Lake Balaton, Hungary: Issues for sustainable tourism management". *Journal of Sustainable Tourism* 8(6): 458–478

- Rathore, N.** (2012) "A study on community perception about the impact of cultural and heritage Tourism in Rajsthan". *Asia Pacific Journal of Research in Business Management* 3(2): 1-1
- Ray, N; Das, D. K.; Sengupta, P. P. & Ghosh, S.** (2012) "Rural tourism and its impact on socio-economic condition: evidence from West Bengal, India". *Global Journal of Business Research* 6(2): 11-22
- Rezende, C. F. & Rezende, D. C.** (2005) "Impactos do turismo: uma análise sob a ótica da população receptora". XXIX EnANPAD - Encontro da ANPAD - Brasília/DF, pp. 1-16
- Rodrigues, A. B.** (2006) "Turismo e territorialidades plurais – lógicas excludentes ou solidariedade organizacional". En: Rodriguez, A. B. *América Latina: cidade, campo e Turismo*. CLACSO, San Pablo, disponível em [HTTP://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/coediciones/20100729092010/17rodrigu.pdf](http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/coediciones/20100729092010/17rodrigu.pdf) Acessado em 4/5/2010
- Ryan, C; Chaozhi, Z. & Zeng, D.** (2011) "The impacts of tourism at a UNESCO heritage site in China—a need for a meta-narrative? The case of the Kaiping Diaolou". *Journal of Sustainable Tourism* 19(6): 747-765
- Schofield, P.** (2011) "City resident attitudes to proposed tourism development and its impacts on the community". *International Journal of Tourism Research* 13(3): 218-233
- Tomljenovic, R. & Faulkner, B.** (2000) "Tourism and older residents in a sunbelt resort". *Annals of Tourism Research* 27(1): 93–114
- Tosun, C.** (2002) "Host perceptions of impacts. A comparative tourism study". *Annals of Tourism Research* 29(1): 231-253
- Tovar, C. & Lockwood, M.** (2008) "Social impacts of tourism: An Australian regional case study". *International Journal of Tourism Research* 10(4): 365-378
- Urry, J.** (2000) "Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century". Routledge, Londres
- Vehbi, B. O & Doratli, N.** (2010) "Assessing the impact of Tourism on the physical environment of a small coastal town: Girne, Northern Cyprus". *European Planning Studies* 18(9): 1485-1505
- Vergara, S. C.** (1997) "Projetos e relatórios de pesquisa em administração". Editora Atlas, Rio de Janeiro
- Wood, S. & House, K.** (1991) "The good tourist". Mandarin, London

Recibido el 16 de enero de 2014

Reenviado el 07 de abril de 2014

Aceptado el 18 de abril de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

LAS CULTURAS DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL COMO METODOLOGÍA DE ANÁLISIS PARA ESTUDIOS GEOGRÁFICOS DE TURISMO

Larissa da Silva Ferreira Alves*

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

Campus de Pau dos Ferros - Brasil

Eustógio Wanderley Correia Dantas**

Universidade Federal do Ceará

Fortaleza - Brasil

Resumen: El presente trabajo busca proponer las culturas de ordenamiento territorial (OT) como metodología de análisis para los estudios geográficos del turismo. Según Ferrão (2011) las culturas del OT se sumergen en el campo científico con la intención de identificar y analizar qué factores locales intervienen en el ordenamiento de los territorios, permitiendo que en los estudios referentes a las prácticas del OT realizadas en determinadas regiones o países las identidades locales constituyan un elemento que pueda modificar los planes para el futuro del territorio. Se propone una adaptación de la metodología de Knieling & Othengrafen (2009a y b) sobre las culturas del OT. Los autores afirman que en dichos estudios es necesario analizar el ambiente social, el ambiente de planificación y los elementos de planificación del ordenamiento territorial. Como resultados se enumeran los elementos del territorio que pueden ser analizados en el OT de la actividad turística.

PALABRAS CLAVE: culturas del ordenamiento territorial, turismo, propuesta metodológica.

Abstract: Planning Culture as a Methodological Proposal of Tourism Studies. This paper aims to propose the planning culture as a method of analysis for the study of tourism. Ferrão (2011) says the planning culture are entering the scientific field in order to identify and analyze which factors are involved in local spatial planning, allowing that in studies concerning OT practices performed in certain locations, regions or countries, local identities to gain relief, consisting element that can change, completely, the planning for the future of the territory. The authors propose an adaptation of the Knieling; Othengrafen (2009) methodology of planning culture, that said for this such studies, it is necessary to analyze the Societal Environmental, the Planning Environmental and Planning Artifacts. As a result, some elements that can be brought to the OT analysis of tourism are shown, according to the environments proposed by the authors.

KEY WORDS: planning culture, tourism, methodological proposal.

* Doctora en Geografía por la Universidad Federal de Ceará (UFC), Fortaleza, Brasil. Maestría en Geografía, Especialista en Geoprocesamiento y Cartografía Digital y Graduada en Geografía por la Universidad Federal de Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, Brasil. Profesora Doctora de Geografía en la Universidad del Estado de Rio Grande do Norte (UERN), Campus de Pau dos Ferros, Brasil. E-mail: larissafferreira@uern.br

** Doctor en Geografía y Planificación por la Université de Paris IV (Paris-Sorbonne), París, Francia. Profesor Doctor Titular de posgrado en la Universidad Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, Brasil. Editor de la revista Mercator, la revista de la Anpege y la Colección de Estudios Geográficos de la UFC. E-mail: edantas@ufc.br

INTRODUCCIÓN

Hace unos años los estudios, propuestas metodológicas e investigaciones en general que abordaban la temática turística debían iniciarse haciendo una referencia a la importancia del sector en números, su significancia en la generación de divisas y a los emprendimientos, inversiones y demás negocios que eran reflejos directos o indirectos del desarrollo del turismo en determinado lugar. Hoy existe consenso sobre la importancia de esa actividad económica a nivel nacional, pero aparece atravesada por otros matices. El siglo XXI propone un turismo muy diferente del conocido en Brasil hace 20 ó 30 años atrás.

Es cierto que el país entró en una nueva fase del turismo, volcada al turismo de grandes eventos, de nuevas líneas de financiamiento y nuevas formas de contratos, haciendo que el sector haya crecido en importancia y haya ganado status ministerial para la planificación de sus acciones con la creación del Ministerio de Turismo en 2003.

Hoy el turismo representa para Brasil un condicionante estratégico en la definición de su política e imagen internacionales, propiciando incluso el surgimiento de la cultura del “hacer turismo” doméstico para aumentar el flujo interno de movilidad poblacional a través de la actividad y del desarrollo de nuevas propuestas. Entendiendo, así, la necesidad de hacer turismo de modo sustentable, aumentar la gama de segmentos del sector y valorizar el interior para que la actividad no priorice sólo el turismo de “sol y playa”, el modelo establecido culturalmente a través de políticas estructurantes.

Si bien aún no existe un nuevo marco en relación a la actividad a nivel nacional, éste se encuentra en etapa de construcción; abriendo nuevas perspectivas para el desarrollo de la actividad en Brasil. Para llegar a este marco contemporáneo del turismo nacional se ha hecho mucho a través de políticas públicas para que la actividad se consolide en territorio brasileño. Para ilustrar esta situación se cita la región Nordeste (NE) de Brasil como uno de los principales escenarios de desarrollo de la actividad en el país. El estudio del turismo y sus reflejos en el ordenamiento del territorio comenzaron a mirar hacia la región NE debido a que el turismo se convirtió en un importante vector de tendencias, cambios territoriales y políticas públicas volcadas a estructurar y desarrollar el espacio regional. El turismo del referido espacio regional modificó y ordenó el territorio a partir de prácticas locales que reflejaban en sus propuestas turísticas y su ordenamiento territorial, su forma de pensar y hacer turismo a partir de distintas concepciones ideológicas, de intereses y articulaciones políticas, de prácticas culturales locales y modos de vida. Esto permitió que cada estado nordestino agregara su propia propuesta turística con aquellos elementos que podían vender y representar mejor su espacio local.

El presente estudio busca contribuir a delinear elementos del lugar que a través del tiempo definirán directa e indirectamente formas de ordenamientos territoriales diferenciados para la actividad turística de una región y/o país, visto que los elementos particulares de cada territorio

definen el desarrollo de esas políticas. Así, los estudios sobre culturas de ordenamiento territorial del turismo buscan identificar, comprender y analizar el papel de los actores sociales, políticos y económicos locales en la configuración espacial de la actividad en el territorio. Entendiendo que el ordenamiento territorial dado por el poder público es un reflejo de la capacidad de planificación del territorio, su gestión técnica y los elementos locales del territorio que definen formas de ordenamiento territorial.

Por lo tanto es necesario enumerar los elementos teóricos y conceptuales del ordenamiento territorial para definir las formas metodológicas de análisis de las culturas del OT de esta importante actividad económica, que define espacios geográficos y ordenamientos territoriales diferenciados.

EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL: CUESTIONES CONCEPTUALES

El ordenamiento territorial se ha establecido como una importante rama académica y se hace necesaria la formación de profesionales de áreas volcadas a la planificación del territorio como geógrafos, arquitectos, ingenieros, agrimensores y planificadores. Son varios los autores nacionales e internacionales que hicieron y hacen importantes contribuciones sobre el ordenamiento territorial. Mientras que el documento que traza los lineamientos generales para entender el ordenamiento territorial es la Carta Europea de Ordenamiento del Territorio (CEOT) de 1983 (CEMAT, 2011), que caracteriza al OT a partir de tres grandes facetas que deben ser comprendidas de modo articulado: a) una rama académico-científica; b) una política pública y c) una herramienta de planificación.

Deteniéndose en las características de cada faceta el ordenamiento territorial como rama académica y del conocimiento es identificado por Becker (2005) por su naturaleza prospectiva e interdisciplinaria, buscando la transformación del espacio de modo de calificarlo. Aunque académicamente el debate del OT sea contemporáneo vale destacar que la esencia teórico-conceptual del OT no es algo nuevo, pues el acto de “pensar” el territorio con racionalidad y estrategia a partir de acciones del Estado surge de la necesidad de reorganización fronteriza e interna de los Estados nacionales, principalmente en los momentos de posguerra. En base a los estudios de Mastop (1998), Albrechts (2006) afirma que en Europa Occidental las primeras acciones de ordenamiento del territorio datan de 1920 a 1930, pues los gobiernos europeos asociaron la necesidad de ordenamiento territorial con la idea de Estado-Nación. Esto también se extendía a otros espacios como Australia, objeto de análisis de Albrechts (2006). Este país reflejaba la influencia del proceso de “europeización” en la planificación del espacio (Albrechts, 2006: 1151; Ferrão, 2011).

La línea divisoria entre el OT en su perspectiva académico-conceptual y el OT como política pública o herramienta de planificación, está en la forma de cómo el Estado efectiviza el “pensar” el territorio. Según Moraes (2000; 2005) el Estado es el principal agente en la producción del espacio y actúa a partir de acciones públicas. Por ejemplo, al dotar al territorio de infraestructuras o salvaguardar fronteras pone en práctica acciones públicas que ordenan el territorio, formuladas a

partir de la otra faceta del ordenamiento que es su carácter de “herramienta” de planificación. Para la comprensión conceptual del ordenamiento territorial resulta necesario comprender el contexto de análisis.

A partir de esta introducción se pretende iniciar la definición conceptual del OT a partir del pensamiento de Rosa Estaba (1999). La autora realizó importantes contribuciones al ordenamiento territorial mediante un estudio en el que constata que las políticas públicas de carácter estadista y populista, implementadas por el Estado venezolano y aliadas al proceso histórico de formación territorial del país, explican la crisis del modelo de desarrollo territorial adoptado. Partiendo de la realidad de un país de gobierno centralizado su estudio fue desarrollado a partir de la construcción de un marco teórico sobre la descentralización espacial como elemento fundamental para el ordenamiento territorial. Según la autora el concepto de descentralización se une a la idea de ordenamiento del territorio y busca:

[...] comprometer al país con un proyecto de transformación global, gradual, progresiva y dirigida al fortalecimiento de los poderes locales y la participación ciudadana. Es una estrategia hacia la modernidad que reconoce las desigualdades territoriales y está dirigida al auto-impulso del desarrollo (Estaba, 1999: 02).

Más allá del contexto del Estado centralizador el modelo de desarrollo adoptado por su país y por gran parte de los países de América Latina fue el de la “substitución de importaciones”, lo que proporcionó un espacio con profundos problemas de concentración de infraestructuras, servicios y población en las grandes ciudades y regiones metropolitanas, relativizando fuertes desigualdades entre campo-ciudad y fuertes desigualdades interregionales, tornándose en un gran desafío para el reordenamiento (Estaba, 1999). Partiendo de esta forma latinoamericana de pensar el espacio, a partir de mecanismos de descentralización territorial, el OT resulta una importante herramienta para el desarrollo territorial. El mismo es definido por la autora como:

[...] la sistematización del desarrollo en el espacio geográfico [...] estrategia hacia la modernidad y atada a la de la descentralización [...] refiere a aquellas acciones del Estado concertadas y dirigidas a buscar una organización del uso de la tierra, con base en la redistribución de oportunidades de expansión y la detección de necesidades, potencialidades, limitaciones y ventajas comparativas y competitivas. Su consecución supone propiciar un sistema de ciudades "armónico" y eficientemente integrado a la globalización, comprometedor meta porque significa salvar las desventajas de las fuerzas de integración de la globalización y aprovechar las fuerzas de la fragmentación o diferenciación espacial a los fines de fortalecer centros con capacidad para competir con los dominantes; [...] También implica la superación de contradicciones como explotación económica y preservación de la naturaleza, eficacia económica y calidad de la ordenación (Estaba, 1999: 6).

El estudio de Estaba (1999) refleja la necesidad de medidas descentralizadoras y la puesta en marcha del poder de las escalas regionales/locales para las prácticas más resilientes del ordenamiento territorial. Dicha resiliencia se comprende como la capacidad de flexibilidad, adaptación y superación de las políticas públicas frente a las adversidades oriundas de los territorios. Se resalta la importancia de la escala nacional como principal modelador del territorio dando a la gestión la posibilidad de un análisis territorial macro. Bajo esta perspectiva, Moraes (1990) revisa el concepto de territorio vinculado al Estado y privilegia los estudios territoriales de la vertiente ratzeliana. Para el autor el Estado moderno es un estado territorial en la medida en que tiene una base física definida compuesta por los elementos primordiales de un Estado soberano: la sociedad, su patrimonio natural (o territorio) y el gobierno. Así, el Estado adopta el carácter de principal agente estratégico y pierde la característica de ser sólo un ente regulador.

Por tomar determinado carácter estratégico el Estado busca acciones de planificación que tengan una perspectiva de totalidad, encontrando en el ordenamiento territorial una importante herramienta de planificación estatal. Así, Moraes (2005) asegura que:

[...] el ordenamiento territorial busca captar los grandes modelos de ocupación, las formas predominantes de valoración del espacio, los ejes de penetración de la población, las innovaciones técnicas y económicas y la dirección prioritaria de los flujos (demográficos y de productos). Busca establecer un diagnóstico geográfico del territorio, indicando tendencias y midiendo las demandas y potencialidades, para conformar el marco en el cual deben operar de forma articulada las políticas públicas sectoriales con vistas a realizar los objetivos estratégicos del gobierno (Moraes, 2005: 45).

De acuerdo con el autor sería un objetivo del ordenamiento territorial organizar, a partir del diagnóstico previo de las tendencias, modelos y formas de ocupación del espacio, las áreas ambientalmente fragilizadas, los sectores productivos, la localización de la sociedad y la comprensión de sus potencialidades y fragilidades, creando mecanismos de colaboración regionales. Becker (2005), en la misma perspectiva geopolítica de Moraes (2005), dice que la gran contribución del ordenamiento del territorio dada por el Estado es su capacidad de mediar conflictos e intereses. Y agrega que la Unión debe regular la competencia entre los estados, establecer las normas de juego, disciplinar el uso del suelo, controlar las asociaciones y establecer límites y estímulos para la prevención de los problemas territoriales.

Otra importante referencia ya citada sobre el OT es la Carta Europea del Ordenamiento del Territorio (CEOT) de 1983 (CEMAT, 2011), que hace hincapié en el hombre como centro de la cuestión del ordenamiento. Al enumerar las características elementales para el ordenamiento establece que *el hombre y su bienestar, así como su interacción con el ambiente, están en el centro de las preocupaciones del ordenamiento del territorio, cuyo objetivo es proporcionar a cada individuo un marco y una calidad de vida que le aseguren el desarrollo de su personalidad en un ambiente planificado a escala humana (CEMAT, 2011: 09).*

Esto significa que el hombre a partir de su perspectiva humana y social debe ser el punto de partida, así como el punto de llegada de las acciones del ordenamiento territorial. El hombre debe alcanzar el mismo para aportar calidad a su vida. Dasí (2006), enfatiza la perspectiva de reafirmación de la categoría de territorio en el ordenamiento territorial y resalta que debido a la necesidad de producir el territorio de forma consciente, la condición fundamental para la planificación y el desarrollo territorial es la existencia de políticas públicas con un enfoque holístico e integrado, capaces de regular los impactos en el territorio. El ordenamiento territorial pasa a tener un carácter estratégico que permite ver y corregir los problemas territoriales existentes. Dichas acciones buscan la cohesión territorial que se explica por su *“resistencia a la desestructuración territorial (fractura territorial y social) [...] Su objetivo, sin embargo, no sólo es reducir los desequilibrios [...], sino también armonizar el conjunto de políticas aplicadas sobre un territorio.”* (Dasí, 2006: 57).

El ordenamiento territorial, con su aplicabilidad de política pública, tiene como meta alcanzar el desarrollo equilibrado de las regiones a partir de una organización física del espacio de acuerdo con lineamientos preestablecidos. Citando a Moraes (2005: 46) vale destacar que el *“ordenamiento territorial es un instrumento de articulación transectorial e interinstitucional que busca la planificación integrada y espacial de la acción del poder público”*. Esto significa que una política de ordenamiento territorial es un conjunto de acciones sectoriales articuladas a partir de lineamientos comunes que buscan el desarrollo espacial. En medio de estas políticas sectoriales, como las de educación, población e infraestructura, se encuentran las políticas de turismo. Estas últimas reúnen lineamientos para gestionar la competitividad y el uso del suelo, especificando las singularidades territoriales y adecuándose a las características del lugar donde se configuran espacialmente.

Se puede afirmar que la compleja definición de ordenamiento territorial se debe a que toma diferentes características y elementos integradores para su ejecución. Como indican Alves & Dantas (2012) el concepto actual de ordenamiento territorial no siempre tuvo consenso hasta que introdujo las culturas de territorio como un elemento importante para el desarrollo de acciones públicas de OT.

LAS CULTURAS DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL COMO NUEVO CAMPO DE ANÁLISIS DEL OT

Ferrão (2011) al reflexionar sobre la emergencia del estudio de culturas de territorios en el contexto del ordenamiento territorial cita la obra de Jack Chapman (2002) *“System failure. Why governments must learn to think differently”*. Destaca la crítica que este autor hace a la importación y exportación de modelos de ordenamiento extraños a las singularidades pertinentes de cada territorio. Ferrão (2011) dice que con la llegada del paradigma Posestructuralista o Posmoderno se busca entender qué es y cómo fue introducida la cultura local de territorio como un importante elemento para formular planes y acciones de estado para disminuir los problemas citados por Chapman (2002) y promover la mirada hacia dentro de sus territorios.

El período Pos-Nuevo Orden Mundial (iniciado a fines de la década de 1980 y principios de la década de 1990) favoreció la difusión de ideas, modelos, modos de vida y de gestión por todo el mundo a través de la globalización y la “europeización” (Ferrão, 2011). Del mismo modo el ordenamiento territorial fue profundamente influenciado por dichos procesos, afectando directamente a los sistemas de planificación de varios países. Según Steinhauer (2011) esto provocó varios malentendidos y problemas debido a las diferencias teórico-conceptuales de las diferentes lenguas y las diferencias de las tradiciones locales. Así, en la perspectiva de superar dichas dificultades presentes en las importaciones y exportaciones de planes y modelos de gestión y planificación se hizo foco en las culturas locales de planificación (culturas de ordenamiento territorial) como camino imperativo para entender el territorio que se busca abordar.

Friedman (2005a) dice que los poderes de unificación y homogeneización de la cultura a nivel global hicieron que países y regiones reaccionen ante dichos desafíos globales a partir de la valoración de su diversidad cultural. Desde el punto de vista del ordenamiento territorial también sería obvia la valoración de la diversidad espacial. La transición del Estructuralismo hacia el Posestructuralismo o Posmodernismo se conoció como el momento del “giro cultural” y del “giro espacial”.

El análisis de las culturas de territorio se adentra en la esfera científica del OT e intenta identificar la importancia de los elementos endógenos en la creación de planes locales de ordenamiento territorial. En esta perspectiva, los estudios referentes a las prácticas de OT realizadas en determinados lugares, regiones o países, ubican a las identidades locales como elementos que puede modificar por completo lo que se planea para el futuro de determinado territorio.

La cultura del territorio como factor interviniente en el ordenamiento territorial

La construcción histórico-analítica del concepto de ordenamiento territorial y la percepción de sus adecuaciones a los cambios paradigmáticos vivenciados en el decurso histórico (Ferrão, 2011; Alves & Dantas, 2012) es muy relevante visto que las culturas de territorio fueron incluidas como un importante elemento en el estudio del OT. Éstos definen el camino de las acciones públicas referentes al territorio. El elemento cultural provoca la deconstrucción de estructuras o el cambio de las realidades de los contextos sociales planeados para determinado espacio, y es preponderante en el análisis de las culturas de ordenamiento territorial del turismo.

Para realizar investigaciones conceptuales sobre culturas de ordenamiento territorial es importante saber que en la literatura internacional el término es conocido como *planning culture*, lo que facilita el emprendimiento de estudios sobre la temática. Así, en base a Knieling & Othengrafen (2009b), Steinhauer (2011) afirma el concepto de culturas de ordenamiento territorial y el concepto de OT que abarca las culturas locales del territorio como un elemento importante en la definición de las acciones de ordenamiento.

The so-called concept of planning cultures takes into account that spatial planning and spatial development at different administrative levels (national, regional, local) are interlinked and influenced by particular characteristics, such as political structures, legislation and traditional values. These rather cultural issues and their influence within planning have so far not adequately been taken into account within research. Planning cultures admit that planning systems are characterized not only by their organizational and institutional structures, but also and in particular, by so-called cultural aspects. Hence, institutions, history, social values and traditions play a crucial role in everyday's practice of spatial planning (Steinhauer, 2011: 484).

Como nuevo campo de estudios la cultura de ordenamiento territorial se refiere a aquellos elementos y prácticas tradicionales de los planes y los “extra-planes” que no forman parte aparentemente de las acciones públicas locales, pero modifican por completo la planificación territorial. Dichos elementos serían las características particulares de los territorios visualizadas en las peculiaridades de estructuras políticas, legislación local, actores sociales y valores tradicionales, que influyen en la planificación territorial alterando sus resultados.

Los elementos de las culturas locales no eran visualizados en los planes de ordenamiento territorial en la perspectiva de la planificación del uso del suelo (*land use planning*), o sea en las antiguas prácticas y concepciones de OT (Knieling & Othengrafen, 2009; Ferrão, 2011; Alves & Dantas, 2012;). La cultura de ordenamiento territorial es reciente en los estudios sobre OT y aún son pocos los estudios sobre la temática.

Friedmann (2005b) dice que el ordenamiento territorial es una práctica realizada por el Estado con la intervención de actores de la sociedad que contribuyen con el proceso de planificación territorial. La planificación del territorio se convirtió en un campo de acción de la sociedad, incluyendo sus contextos sociales y características culturales. El autor afirma que las comunidades locales fundamentan y contextualizan su experiencia en “*saberes intuitivos que se manifiestan a través del lenguaje, las canciones, las historias y diversas formas visuales*”, que son importantes fuentes para los estudios de ordenamiento territorial y se diferencian de las fuentes tradicionales de los estudios de planificación (Friedmann, 2005b: 29).

La inserción de elementos culturales proporcionó una nueva práctica de ordenamiento territorial, permitiendo diferencias significativas entre países y regiones. Con la inclusión del elemento cultural (en su perspectiva amplia que abarca elementos sociales, políticos y económicos específicos), los estudios de ordenamiento del territorio se vuelven más complejos porque demandan la comprensión de nuevos elementos de carácter material como inmaterial.

Knieling & Othengrafen (2009b) para estudiar el ordenamiento territorial de distintos países han recurrido a los respectivos contextos culturales como las particularidades de la historia, actitudes, creencias, valores, estructuras cognitivas, interpretaciones de tareas, responsabilidades de

planificación, tradiciones políticas y jurídicas, reglas y normas y diferencias en los niveles de integración del mercado y en las estructuras institucionales de gobernanza (Knieling & Othengrafen, 2009b: 2). La obtención de esta información permite entender mejor el “por qué” de sus diferenciaciones.

[...] planning culture might be understood as the way in which a society possesses institutionalized or shared planning practices. It refers to the interpretation of planning tasks, the way of recognizing and addressing problems, the handling and use of certain rules, procedures and instruments, or ways and methods of public participation. It emerges as the result of the accumulated attitudes, values, rules, standards and beliefs shared by the group of people involved. This includes informal aspects (traditions, habits and customs) as well as formal aspects (constitutional and legal framework) (Knieling & Othengrafen, 2009b: 43).

Según los autores la carga formal o material se refiere a la estructura legal y constitucional y la carga informal o inmaterial se refiere a las tradiciones, hábitos y costumbres. Se percibe que la carga de aspectos formales e informales (materiales e inmateriales) en el ordenamiento territorial sintoniza en una perspectiva lógica de formación del territorio mediante su planificación.

Faludi (2011) afirma que la cultura de territorio es un ethos colectivo y dominante que actúa visible o invisiblemente en las acciones de los planificadores territoriales, alterando los resultados sociales. Dice que la cultura de ordenamiento territorial se compara con la cultura política y está comprendida en las actitudes, creencias, emociones, valores de sociedad, desarrollo histórico y geográfico, diferenciaciones étnicas, situación socioeconómica y la forma en que estos elementos se agregan a los temas políticos. Así, la cultura de OT sería producto de una serie de factores correlacionados pertinentes a un territorio (Faludi, 2011: 02).

Faludi (2011) establece que la cultura de ordenamiento territorial es un reflejo del comportamiento de planificación, resultado a su vez de las características del ambiente de decisión formado por la estructura legal-formal, la estructura informal y las características políticas. Se entiende que un elemento importante para comprender la característica política citada por Faludi (2011), es la identificación y la acción de los personajes, grupos o familias políticas que dictan las reglas del ordenamiento territorial de determinados espacios. Así, la cultura del ordenamiento es identificada a partir de la cultura y el comportamiento de determinados “sujetos clave” del ambiente político-institucional. La cultura del ordenamiento territorial está formada por valores dictados por las familias que ejercitan su poder a través de la política.

Se observa que la unión de elementos objetivos y subjetivos conforma el estudio de las culturas de OT y son varios los elementos que desafían el análisis. La medición de la madurez del sistema de gobierno y de lo que tradicionalmente fue planeado y ejecutado por determinada escala de gobierno es tangible pero su análisis es difícil. Como aún no se ha consolidado la planificación y la gestión de

la actividad turística en Brasil se puede decir que se percibe una escasa madurez de la planificación local y de las acciones públicas de gestión. Ferreira (2009) incluso demuestra el bache existente entre lo planeado y lo ejecutado en lo que concierne a las políticas de ordenamiento territorial del turismo en la región metropolitana de Natal-RN. De esa forma, el análisis de la cultura de ordenamiento territorial se da a partir del empirismo figurado en el espacio de estudio, según la perspectiva del investigador y a partir de consideraciones teóricas preliminares.

Gullestrup (2009) asegura que la cultura, considerando el elemento “tradición”, es el factor responsable de la construcción identitaria de los territorios y un componente fundamental para su real análisis y comprensión. De esa forma, el autor afirma que para analizar la cultura como “tradición” es importante distinguir su dimensión horizontal de la vertical. La primera se refiere a las características culturales visibles y la segunda se refiere a las características fundamentales de legitimación de esa cultura.

Así, la cultura de territorio entendida de modo amplio y de acuerdo con los autores citados, puede ser analizada a partir de algunos caminos metodológicos influidos por estudiosos del área como Knieling & Othengrafen (2009a y b), Stead & Nadin (2009), entre otros.

PROPUESTAS METODOLÓGICAS PARA EL ANÁLISIS DE LAS CULTURAS DE OT

Partiendo de Gullestrup (2009) y Knieling & Othengrafen (2009b) se presenta el modelo teórico-metodológico para realizar un análisis comparativo sobre las culturas de ordenamiento territorial. De acuerdo con los autores los ítems que es necesario identificar para los estudios comparativos de culturas de OT son:

i) caracterización del *ambiente social*: se refiere a los valores sociales, económicos y políticos del territorio que corresponden a la “tradición” del lugar, referenciados por Gullestrup (2009) y Stead & Nadin (2009);

ii) caracterización del *ambiente de planificación*: se refiere a la estructura y madurez organizacional e institucional del sistema;

iii) identificación de los *elementos de planificación*: se refiere a los instrumentos físicos de planificación como planes y productos, y cómo estos últimos fueron influenciados por los demás ambientes, el social y el de planificación (Knieling & Othengrafen, 2009b).

La identificación de dichos elementos es capaz de mostrar las influencias culturales en los procedimientos y prácticas de OT.

Fürst (2009) señala que las formas de caracterización de las diferentes culturas del ordenamiento territorial también hacen referencia a la aplicación de tiempos diferenciados y que es importante no perder de vista que las acciones de OT son construidas a partir de las experiencias sociales de ese espacio determinado. Siguiendo a Ferrão (2011) se puede decir que hay que considerar los aspectos exógenos en la construcción de determinado territorio. La cultura no es una variable independiente sino que está influenciada y adaptada a los cambios que se dan dentro y fuera de los Estados-Nación a través de otras lógicas provenientes de los efectos de la globalización.

La cultura de ordenamiento territorial se diferencia no sólo de un país a otro sino de una región a otra y de una localidad a otra, avalando la necesidad de estudios comparativos sobre la influencia de la cultura en las prácticas de planificación (Faludi, 2005; Fürst, 2009). Los autores comparten la idea de que dichos estudios ayudarían a comprender la gran diversidad cultural existente en la historia de la humanidad, el aspecto social de la realidad y la práctica de su gestión.

Stead & Nadin (2009: 284) dicen que las culturas de ordenamiento territorial se conforman por un conjunto interdependiente de valores sociales, económicos y políticos, y por normas, reglas y leyes que evolucionan cotidianamente a través de influencias internas y externas. Este conjunto interdependiente se denomina “tradiciones”, designando el enraizamiento de las condiciones históricas de determinado lugar.

Junto con la “tradicición” de los lugares, Stead & Nadin (2009) agregan 6 elementos importantes más al modelo de análisis de la cultura de ordenamiento territorial:

- “(i) el alcance del sistema en lo que se refiere a los temas políticos;*
- (ii) la extensión de la planificación nacional y regional;*
- (iii) las competencias relativas al gobierno nacional y local;*
- (iv) los papeles referentes a los sectores público y privado;*
- (v) la madurez del sistema o qué tan bien es éste establecido en el gobierno y la vida pública; y*
- (vi) la distancia aparente entre las metas de desarrollo espacial y los resultados”;* (Stead & Nadin, 2009: 290)

Para encaminar una propuesta de análisis de culturas de ordenamiento territorial del turismo se tomó como modelo la propuesta teórico-metodológica de Knieling & Othengrafen (2009a y b), que busca caracterizar el ambiente social, el ambiente de planificación y los elementos de planificación para guiar el análisis. Para la identificación de los elementos que componen estas tres esferas es importante entender cómo se territorializó el sector en el espacio geográfico a través del tiempo.

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE LAS CULTURAS DEL ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL TURISMO

La propuesta metodológica de Knieling & Othengrafen (2009a y b), que afirma la necesidad de caracterizar el ambiente social, el ambiente de planificación y los elementos de planificación para el análisis de las culturas de OT, fue testeada en un estudio realizado por Alves (2013). El autor tomó como base el estudio de las culturas de OT del turismo de las Regiones Metropolitanas de Fortaleza, Natal, Recife y Salvador, en el Nordeste de Brasil. Realizó un análisis a partir de la perspectiva regional del Nordeste buscando comprender los matices del ordenamiento territorial del turismo producidos por agentes y demás actores de las culturas locales de territorios, que internalizaron las características regionalistas del NE brasileño ejercidas de modos diferenciados en cada estado y en su respectiva RM.

Al definir el modelo teórico-metodológico de los referidos autores fue necesario determinar cómo podrían ser caracterizados esos ambientes, o sea discriminar los elementos históricos, los indicadores y los demás datos cualitativos y cuantitativos necesarios para medir esos tres ambientes, ya que los estudios de las culturas de OT resultan un desafío por la ausencia de estructuras para determinar y comparar los elementos culturales locales que deberían considerarse en el análisis (Steinhauer, 2011; Knieling & Othengrafen, 2009b).

Así, para la caracterización del *ambiente social* de las culturas de ordenamiento territorial (OT) del turismo es necesario determinar los siguientes elementos:

i) Definición del concepto de ordenamiento territorial que más se alinee con la comprensión de OT por parte de las gestiones públicas. Se opta por la definición de Estaba (1999), debido a que la autora conceptúa de modo eficaz el sentido real de una política de ordenamiento territorial y define las guías o lineamientos filosóficos que debe seguir el OT;

ii) Relevamiento histórico de la formación regional del territorio en estudio. En el caso del estudio de Alves (2013) la formación regional del Nordeste fue tomada para el análisis por ser importante entender la región como cuna de prácticas regionalistas que crean elementos culturales específicos. Así, es necesario identificar las principales personalidades o grupos políticos que fueron importantes en la definición de políticas y acciones públicas para el desarrollo y ordenamiento del turismo en los territorios. Los estudios sobre cultura política y el entendimiento del contexto político-económico local también son fundamentales para comprender el contexto y los intereses para el desarrollo del sector;

iii) Identificación de los Planes Nacionales para el desarrollo del turismo de determinado territorio. El estudio de Alves (2013) se centró en el II Plan Nacional de Desarrollo 1975-1979 (II PND), que por primera vez mostró al turismo como una “industria” a ser fomentada en Brasil mediante un plan nacional;

iv) Identificación a través de líneas temporales de los proyectos y planes locales de turismo en las gestiones estaduais y municipales del territorio en estudio, así como las principales acciones que proporcionaron la estructuración del sector en los territorios. Dicha metodología posibilita dimensionar el entendimiento del turismo en cada gestión de gobierno, así como la propia identificación de los principales actores políticos que promovieron la actividad en sus territorios y por qué vías políticas se dio esa promoción.

Para la caracterización del *ambiente de planificación* de las culturas de ordenamiento territorial del turismo, que busca una lectura más sistemática, cuantitativa y pragmática de la planificación y gestión de la actividad turística, los datos recolectados deben ser enumerados a partir de dos elementos definidores. El primero se refiere a la propia existencia de datos turísticos de modo sistematizado y estandarizado del territorio en estudio, lo que en Brasil aún es bastante difícil. El segundo elemento definidor es la selección de indicadores pertinentes a la perspectiva de los estudios de las culturas de OT, que indican el intento de comprender la capacidad institucional de planificación vinculada al turismo dentro de las fuentes de investigación.

El gran factor limitante para la difusión y la facilitación de los estudios sobre la actividad turística en Brasil es la ausencia de datos sistematizados sobre turismo. Datos que extrapolen la visión unilateral del turismo entendido a partir del número de vuelos nacionales e internacionales o el número de visitantes por estados y su flujo según los meses del año. Aunque estos datos sean de gran importancia para entender el turismo, principalmente en lo que concierne a su capacidad de carga en los territorios estaduais, no profundizan en una lectura del sector en relación a la consolidación de los mecanismos de su institucionalización para mejorar la apropiación conceptual y práctica de lo que es el turismo y su necesidad de planificación en el territorio, unida a los elementos fundamentales de la organización espacial como son los ambientales, económicos y sociales.

Esta realidad define y limita los estudios sobre el sector haciendo que los trabajos académicos de turismo se adapten a la realidad de los indicadores y no al contrario, que sería lo ideal. Así, con la intención de comprender el *ambiente de planificación* de la actividad turística se pueden utilizar las siguientes fuentes de datos.

Primera fuente de datos: Sitios de las prefecturas municipales y estaduais

El acceso a los sitios de Internet permite recolectar información respecto de la existencia de una secretaría municipal o estadual de turismo y si son autónomas o compartidas con las demás áreas de acciones públicas. Estos datos muestran el nivel de inserción del turismo institucionalizado en las prefecturas o gobiernos estaduais y su relativa autonomía para la gestión, planificación y ordenamiento del sector.

Segunda fuente de datos: Perfil de los Municipios Brasileños del IBGE (2012)

El objetivo del acceso al Instituto Brasileño de Geografía y Estadísticas (IBGE) surge de la necesidad de recolectar datos sistematizados sobre la gestión pública volcados al sector turístico, específicamente municipales. La publicación denominada *Perfil dos Municípios Brasileiros*, con última edición en el año 2012, reúne información básica de todos los municipios del país y sus prefecturas. Se destacan los principales aspectos de la gestión y la estructura de los municipios a partir de la estructura de la administración, cultura, deporte, vivienda, transporte, salud, seguridad, política de género, medio ambiente y derechos humanos.

Esta investigación permite comprender la estructura institucional y de administración de los municipios a través de indicadores relativos a los ejes citados más arriba. Aunque no haya demasiados datos para la gestión del turismo en los municipios brasileños, hay algunos indicadores importantes para el análisis de la actividad inmersos en los ejes mayores como: existencia de áreas de interés turístico en el municipio; si existen en el municipio áreas de influencia de los emprendimientos con un significativo impacto ambiental en el ámbito regional o nacional; legislaciones específicas para el medio ambiente, el patrimonio histórico, cultural, paisajístico, arquitectónico y arqueológico; el Plan Director y las políticas de beneficio a las empresas vinculadas al sector turístico.

Por ser marcos regulatorios importantes para la planificación racional de la actividad en un territorio municipal, dichos indicadores demuestran de modo indirecto la capacidad de involucramiento y ordenamiento territorial de la actividad turística en los municipios.

Tercera fuente de datos: el CADASTUR

El CADASTUR es un sistema de catastro de personas físicas y jurídicas que actúan en la cadena productiva del turismo. El sistema fue creado por el Ministerio de Turismo (MTur) en el año 2010 en asociación con otros organismos locales de turismo para promover el ordenamiento, formalización y legalización de los prestadores de servicios turísticos en Brasil, a través de un catastro sistematizado de las empresas relacionadas con el sector (Brasil - MTur, 2012). El mismo fue consultado con el objetivo de analizar la distribución espacial de los servicios volcados al sector turístico.

Para un análisis espacial de la distribución territorial de equipamientos turísticos, factor relevante para el ordenamiento territorial del sector, es importante estudiar la espacialización de los referidos indicadores: 1) Agencias de turismo; 2) Casas de espectáculos; 3) Rentadoras de vehículos; 4) Hospedajes y 5) Restaurantes, bares y cafés.

Para el CADASTUR cada información es dada a partir de valores brutos, o sea el número absoluto de la cantidad de establecimientos que cada municipio posee en su territorio. Esta

información y los datos recolectados en el Perfil de los Municipios Brasileños (IBGE, 2012) pueden ser almacenados en un banco de datos en un software de geo-referenciación, como el software libre *Terra View* (INPE, 2014) que procesa información geográfica. Así, se pueden generar mapas temáticos sobre la distribución espacial de los referidos indicadores y de los municipios que poseen estructuras mínimas de gestión territorial del turismo.

Los mapas temáticos son importantes apoyos para la perspectiva espacial de la concentración o distribución de la capacidad de gestión del turismo por parte de los municipios y la distribución de equipamientos turísticos, demostrando o no una visión de descentralización y redistribución de las oportunidades de expansión (Estaba, 1999) respecto del ordenamiento territorial.

El CADASTUR es un sistema nuevo y de fundamental importancia para los estudios de turismo debido a que estandariza y sistematiza indicadores en todos los municipios brasileños. Esto es bastante relevante ya que antes de 2010 (año en que se crea) no había datos sobre turismo para realizar análisis que extrapolaran el contexto local. Esto se debía a la ausencia de datos estandarizados en varias secretarías de turismo tanto municipales como estatales. O sea que muchos indicadores surgidos en determinadas secretarías no aparecían en otras, lo que dificultaba los estudios principalmente de carácter comparativo.

Para caracterizar los elementos de planificación de las culturas de ordenamiento territorial del turismo, como tercer y último ambiente de la adaptación de la propuesta metodológica de Knieling & Othengrafen (2009), es necesario relevar e identificar las acciones llevadas a cabo en los territorios mediante programas o proyectos turísticos. Esta etapa es importante para analizar el alcance de dichas acciones en el territorio y comprender cómo ese territorio se organiza para la actividad, estructurando la acción del capital en dicho lugar.

Alves (2013) se basó en los PRODETUR I y II a partir de los planes locales de turismo que, en el caso del PRODETUR, fueron los Planes de Desarrollo Integrado del Turismo Sustentable (PDITS) por estado. Además, es importante el análisis de los siguientes elementos:

i) Identificación y delimitación de los ejes de inversiones teniendo como componentes: Aeropuertos, Transportes, Saneamiento y Recuperación Ambiental, Patrimonio Histórico y Desarrollo Institucional;

ii) Identificación de la distribución de los recursos por componente para cada estado e identificación de las acciones realizadas en los cinco componentes por territorio municipal o estadual;

iii) Evidenciar cuáles son las particularidades de cada acción de los programas estructurantes, o sea cuáles son las singularidades de la distribución espacial de equipamientos e infraestructuras turísticas y cuál es el perfil del segmento turístico al cual se destina.

Dichos relevamientos muestran los reflejos de las culturas diferenciadas de los territorios como elementos que ordenan esos territorios de modos diferenciados.

CONSIDERACIONES FINALES

Los estudios del ordenamiento territorial del turismo, en el ámbito de la geografía, resultan particulares porque muestran cómo es planificado y organizado el territorio para una actividad económica que efectivamente construye nuevas demandas territoriales.

Los estudios de las culturas del ordenamiento territorial del turismo buscan evidenciar qué particularidades del lugar son factores intervinientes en el ordenamiento de la actividad, considerando la necesidad de realinear el pensamiento para implementar experiencias de éxito exógenas al territorio. Así, las culturas del OT demuestran que son varios los actores locales que definen en base a su comprensión de planificación, Estado y acción pública, las formas en que determinadas infraestructuras se asignan en el territorio, definiendo consecuentemente las oportunidades y capacidades de competitividad de los territorios.

Los estudios de las culturas del OT demuestran cómo las gestiones y acciones públicas ratifican intereses contruidos históricamente por elites que se perpetúan en el poder, perpetuando a su vez una lógica territorial de desarrollo y pautando inversiones en territorios que responden a los intereses políticos y económicos vigentes hasta entonces.

Así, se espera que esta propuesta metodológica de análisis de la cultura del OT del turismo sea una forma de incentivar trabajos sobre la temática, así como dar un punto de partida a nuevas contribuciones metodológicas para esta área de estudio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albrechts, L.** (2006) "Shifts in strategic spatial planning? Some evidence from Europe and Australia". *Environment and Planning A*, vol. 38, London, pp. 1149 -1170
- Alves, L. S. F. & Dantas, E. W. C.** (2012) "Culturas de ordenamento territorial: conceituações e perspectivas histórico-analíticas". *Anais do XII Colóquio Internacional de Geocrítica: independências y construcción de estados nacionales: poder, territorialización y socialización, Siglos XIX-XX*. Bogotá, Colômbia. Disponível em: <http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2012/actas/01-L-Silva.pdf> (Consultado em 19/11/2013)
- Alves, L. S. F.** (2013) "Culturas de ordenamento territorial do turismo das Regiões Metropolitanas de Fortaleza-CE, Natal-RN, Recife-PE e Salvador-BA". Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Fortaleza

Becker, B. (2005) "Síntese das contribuições da oficina da Política Nacional de Ordenamento Territorial". En: Para pensar uma política nacional de ordenamento territorial. Anais da Oficina sobre a Política Nacional de Ordenamento Territorial, Ministério da Integração Nacional - Secretaria de Políticas de Desenvolvimento Regional, Brasília, pp. 71-78

Brasil – Ministério do Turismo (2012) "CADASTUR". Disponível em <<http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/index.action>>. Acesso em: 28 jul. 2012

CEMAT - Conferência Europeia dos Ministros Responsáveis pelo Ordenamento do Território (2011) "Carta Europeia de Ordenação do Território – CEOT". Secretaria-Geral do Ministério do Planeamento e da Administração do Território: Lisboa, 1988. Disponível em: <<http://www.estig.ipbeja.pt/~sirb/carta%20europeia%20de%20ordenamento%20do%20territorio.pdf>>. Acesso em: 05 dez. 2011

Dasí, J. F. (2006) "La estrategia territorial europea en el nuevo paradigma de la territorialidad". En: Tarroja, À. & Camagni, R. (Org.) Una nueva cultura del territorio: criterios sociales y ambientales en las políticas y el gobierno del territorio. Diputación de Barcelona, Barcelona, pp. 43-68

Estaba, R. M. (1999) "La descentralización y la ordenación del territorio de Venezuela: estrategias hacia la modernidade". Scripta Nova. Revista eletrônica de geografia y ciencias sociales [On line]. (54) Disponível em <<http://www.ub.es/geocrit/sn-54.htm>> (Consultado em 07/11/2008)

Faludi, A. (2011) "The Netherlands: A culture with a soft spot for planning". Disponível <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:QK77jfQ6ugUJ:homepage.univie.ac.at/andreas.faludi/2_1%2520A%2520Country%2520with%2520a%2520Soft%2520Spot_Proofs.doc+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 14 nov. 2011

Faludi, A. (2005) "Territorial cohesion policy and the European model of society". Aesop Vienna Congress: Territorial Cohesion Policy and the European Model of Society. Viena, pp. 01-08. Disponível em: <<http://aesop2005.scix.net/data/papers/att/228.fullTextPrint.pdf>>. Acesso em: 28 nov. 2011

Ferrão, J. (2011) "O ordenamento do território como política pública". Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa

Ferreira, L. da S. (2009) "Planejamento e ordenamento territorial do turismo na região metropolitana de Natal-RN". Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Dissertação de Mestrado. Natal Disponível em: <<http://cchla.ufrn.br/rmnatal/dissertacoes/dissertacao1.pdf>>. Acesso em: 12 dez. 2011

Friedmann, J. (2005a) "Planning cultures in transition". En: Sanyal, B. (ed.) Comparative Planning Culture. Routledge, London, pp. 29-44

Friedmann, J. (2005b) "Globalization and the emerging culture of planning". Progress in Planning 64(3): 183-234

Fürst, D. (2009) "Planning cultures en route to a better comprehension of 'planning processes'?" En: Knieling, J. & Othengrafen, F. (Org.) Planning Cultures in Europe. Decoding Cultural Phenomena in Urban and Regional Planning. Farnham e Burlington, Ashgate, pp. 23-38

- Gullestrup, H.** (2009) "Theoretical reflections on common European (planning)-cultures". En: Knieling, J. & Othengrafen, F. (Org.) Planning Cultures in Europe. Decoding Cultural Phenomena in Urban and Regional Planning. Farnham e Burlington, Ashgate, pp. 03-22
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** (2012) "Perfil dos municípios brasileiros – Gestão pública de 2009". Rio de Janeiro, Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/2009/munic2009.pdf>>. Acesso em: 03 ago. 2012
- Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais – INPE** (2014) "Projeto Terra View". Disponível em <http://www.dpi.inpe.br/terraview/index.php> (Consultado em 01/02/2014)
- Knieling, J. & Othengrafen, F.** (2009a) "Spatial planning and culture. Symbiosis for a better understanding of cultural differences in planning systems, Traditions and practices". En: Knieling, J. & Othengrafen, F. (Org.) Planning Cultures in Europe. Decoding Cultural Phenomena in Urban and Regional Planning. Farnham e Burlington, Ashgate, pp. XXI-XXIII
- Knieling, J. & Othengrafen, F.** (2009b) "En route to a theoretical model for comparative research on planning cultures". Knieling, J. & Othengrafen, F. (Org.) Planning Cultures in Europe. Decoding Cultural Phenomena in Urban and Regional Planning. Farnham e Burlington, Ashgate, pp. 39-64
- Mastop, H.** (1998) "National planning: new institutions for integration". XII AESOP Congress, Aveiro; copy available from the author, Nijmegen School of Management, University of Nijmegen, Aveiro
- Moraes, A. C. R.** (1990) "Ratzel". Ática, São Paulo
- Moraes, A. C. R.** (2000) "Bases da formação territorial do Brasil." Hucitec, São Paulo
- Moraes, A. C. R.** (2005) "Ordenamento territorial: uma conceituação para o planejamento estratégico. Para pensar uma Política Nacional de Ordenamento Territorial". Ministério da Integração Nacional, Secretaria de Políticas de Desenvolvimento Regional (SDR), Brasília
- Stead, D. & Nadin, V.** (2009) "Planning cultures between models of society and planning systems". Em: Knieling, J. & Othengrafen, F. (Org.) "Planning Cultures in Europe. Decoding Cultural Phenomena in Urban and Regional Planning". Farnham e Burlington, Ashgate, pp. 283-300
- Steinhauer, C.** (2011) "International knowledge transfer: analysis of planning cultures." Reviewed Paper <http://www.corp.at/archive/CORP2011_87.pdf> (Consultado em 14/11/2011)

Recibido el 03 de febrero de 2014

Reenviado el 24 de marzo de 2014

Aceptado el 02 de abril de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL APOYO QUE LOS RESIDENTES DAN A LOS MEGA EVENTOS

Un estudio sobre la FIFA World Cup 2014 (Natal / RN - Brasil)

Marcelo Chiarelli Milito*

Sérgio Marques Juniro**

Mauro Lemuel Alexandre***

Universidade Federal de Rio Grande do Norte

Natal, Brasil

Resumen: El presente estudio intenta realizar un análisis cuyo objetivo es el posicionamiento popular del mega evento FIFA World Cup 2014 a ser realizado en Brasil. Un tema recurrente en la actualidad debido al impacto generado por los mega proyectos que rodean a estos acontecimientos y que muestra la ausencia de una perspectiva teórica específica de turismo. El objetivo fue investigar los factores que influyen el apoyo de los residentes a los mega eventos. Así, se buscaron modelos teóricos validados que sirvieran como base para la aplicación empírica del estudio, haciendo hincapié en Gursoy & Kendall (2006) y Nunkoo & Ramikisson (2011). El universo de la investigación fueron los residentes de la ciudad de Natal/RN, una de las ciudades sede de la Copa del Mundo FIFA 2014. Se aplicaron 400 cuestionarios respetando los conglomerados urbanos que abarcan distintos perfiles de la sociedad en foco. Entre las 11 (once) hipótesis testeadas, 7 (siete) fueron validadas y 4 (cuatro) consideradas falsas, enfatizando la confirmación de las hipótesis que componen el eje del modelo Social Exchange Theory y el factor “confianza en los gestores” con la correlación más representativa en “percepciones” y “apoyo”. El presente estudio constata la validez del modelo teórico aplicado y sugiere que se profundicen los vectores “confianza”, “percepción de beneficios” y “apoyo”.

PALABRAS CLAVE: turismo, mega eventos, residentes, apoyo, FIFA World Cup 2014.

Abstract: Factors Influencing the Support of Residents towards Mega Events: A study of FIFA World Cup 2014 in (Natal / RN / Brazil). This study aims to make a contribution to the popular knowledge on the mega events in Brazil. This is a frequent theme of interest because of the impact generated by mega events and the big gap existing in the specific tourism literature. The main objective was to investigate the factors influencing the support of the residents toward mega events. There has been identified a validated theoretical model that can be considered the basis for the empirical research with emphasis in Gursoy & Kendall (2006) and Nunkoo & Ramikisson (2011). The residents of Natal / RN, one of the host cities of the 2014 FIFA World Cup, have been chosen as the study universe. A survey was made using 400 questionnaires respecting the urban conglomerates and covering distinctive profiles of the society in focus. Among the eleven (11) tested hypotheses, 7

* Bachiller en Turismo por la Universidad Federal de Rio Grande do Norte, Natal, Brasil; Maestría en Dirección y Planificación del Turismo por la Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, España; Maestría en Turismo por la Universidad Federal de Rio Grande do Norte. Se desempeña como Profesor Sustituto de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte, Currais Novos, Brasil. E-mail: marcelomilito@yahoo.com.br

** Doctor en Agronomía por la Universidad Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, São Paulo, Brasil. Profesor adjunto de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte, Natal, Brasil; y Profesor de posgrado en Turismo en la misma institución. E-mail: sergio@ct.ufrn.br

*** Doctor en Ciencias de Ingeniería de Producción por la Universidad Federal de Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Profesor Asociado de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte, ciudad, Brasil; y Profesor de posgrado en Turismo en la misma institución. E-mail: mauro_alx@yahoo.com.br

(seven) were validated and 4 (four) denied. This study finds the model's validity and suggests a dependence of the theoretical vector "trust", "perceived benefits" and "support".

KEY WORDS: *tourism, mega events, residents, support, FIFA World Cup 2014.*

INTRODUCCIÓN

La actividad turística ha ganado importancia en el campo teórico y empírico debido a las dimensiones de las transformaciones actuales vinculadas a este sector. Considerado una de las mayores actividades económicas del mundo (Organização Mundial do Turismo, 2014) el turismo forma un sistema que influye y es influenciado por diversos factores y agentes (Leiper, 1979). Así, los estudios sobre la relación entre turismo y residentes se torna especialmente importante porque aborda un grupo que es determinante para la formación de la imagen de un destino (Gallarza, Garcia & Saura, 2002) y también es el principal sujeto de las transformaciones ocurridas con este proceso (Gursoy et al., 2002; Gursoy & Rutherford, 2004; Gursoy & Kendall, 2006; Sanchez et al., 2009; Nunkoo & Ramkisson, 2011; Sanchez, Bueno & Mejia, 2011).

Dentro de un panorama general sobre los diversos objetos de investigación de este tema referirse a los factores que influyen para que los residentes apoyen los proyectos turísticos (mega eventos), es un camino que se muestra creciente porque roza los aspectos relacionados con la gestión de este tipo de emprendimientos (Waitt, 2003; Kim et al., 2005; Kim et al., 2006; Gursoy et al., 2006; Choongki, 2003; 2006; 2010). A diferencia de una región que recibe regularmente personas como un acto rutinario y continuo, el proyecto tiene un lanzamiento determinado y un marco espacial y temporal definido, sujeto a la influencia de los stakeholders determinantes (PMI, 2008). Así, la realización de mega eventos gana espacio en los debates académicos actuales.

Entre las formas de analizar el apoyo de los residentes a los mega eventos, Getz (2008) destaca la importancia de estudiar el posicionamiento de los habitantes en los eventos "especiales" a través del uso de la teoría patrón SET (Social Exchange Theory), ampliamente usada en otras fases del turismo y potenciada en Latinoamérica por iniciar grandes inversiones en los mega eventos (Brasil, 2010). Se destaca porque el continente latinoamericano presenta una realidad social peculiar (Galeano, 1982) y posee pocos estudios que analicen casos de uso de la SET (Milito, Marques Jr & Lemuel, 2013).

Así, el presente estudio tiene el objetivo de investigar los factores que influyen en el apoyo que los residentes dan al mega evento FIFA World Cup 2014. Se realizó una revisión de la teoría base y los modelos aplicados al tema. Dicho relevamiento dio origen a un instrumento de investigación aplicado a una de las ciudades sede del mega evento (Natal – Rio Grande do Norte), el cual produjo los datos tratados y expuestos en los resultados y conclusiones.

MARCO TEÓRICO

En el campo de la psicología social la SET, desde los trabajos teóricos de Homans (1961), Blau (2006) y Emerson (1976), es considerada una de las teorías más usadas y aceptadas para construir modelos sobre el comportamiento social (Cook & Rice, 2006). La teoría fue fundada en la interdependencia de las acciones sociales como establecieron Homans (1961) quien destacó el punto de vista de la psicología y Blau (2006) que se refirió a la perspectiva sociológica (Chaldwick, 1976).

Del diálogo entre esos campos del conocimiento, la sociología haciendo hincapié en la teoría utilitarista y la psicología haciendo hincapié en la teoría del comportamiento, surgió una teoría que explica las relaciones humanas a partir del costo-beneficio subjetivo y la comparación de alternativas (Cook & Rice, 2006). Como una transacción de mercado, que no deja de ser un modelo antrópico, la interacción social está formada por un conjunto de intercambios en términos de recompensas y costos que se reflejan en el comportamiento humano.

Los múltiples procesos de intercambios vividos a lo largo de la vida y asimilados como benéficos o perjudiciales determinaron una percepción positiva o negativa de los hechos (Blau, 2006). De esa forma, se entiende la búsqueda de valores personales que puedan ser los factores determinantes para un modelo de percepción y comportamiento.

Blau (2006) y otros autores siguieron la línea de la sociología dentro de la SET destacando qué factores globales pueden influenciar directamente los niveles de apoyo social a una realidad específica. El autor inició el debate con factores como legitimidad, poder y justicia, que sirvieron de aporte a otras teorías como la de los *stakeholders*. Dentro de cada campo de aplicación estos factores fueron testeados, modulados y mejorados llegando a conclusiones específicas para cada realidad observada, movimiento normal dentro de la especificidad científica (Kunh, 2009).

Desarrollar un modelo de análisis que explique la percepción y el apoyo de los residentes a las diversas áreas del turismo está entre los avances esperados de la temática. Sánchez, Bueno & Mejía (2011) dicen que a pesar de que la interrelación entre turismo y residentes a partir de la SET proveyó estudios en la década de 1980, el modelo de factores se inició a fines de la década de 1990 y no ha evolucionado. El Cuadro 1 presenta el relevamiento de estudios sobre el tema enfocados en esa evolución y en los factores modelados, adaptados y expuestos.

El Cuadro 1 expone un relevamiento bibliográfico sobre la temática. Contempla los principales estudios que buscan los factores que influyen sobre la percepción de los residentes a partir de la SET. En la segunda columna es posible identificar los factores modulados en lo que se refiere al posicionamiento medido (apoyo de los residentes y actitud de los residentes). Se observa un flujo de interés continuo para la percepción de impactos positivos y negativos (beneficios y costos). La mayor

gama de variables testeadas se encuentra en los factores indirectos que influyen a la percepción, que a su vez influenciará al posicionamiento.

Cuadro 1: Factores modulados para explicar la percepción del residente

Publicaciones	Variables usadas en los modelos
Lindenberg & Johnsons(1997)	Variables demográficas, valores (ganancia económica líquida; mínimo de interrupción en la vida diaria; instalaciones de ocio adecuadas; ambiente estéticamente agradable; interacciones satisfactorias con los no residentes; afirmación de la comunidad/cultura; influencia sobre las decisiones de la comunidad), actitudes en relación al desarrollo del turismo.
Rachleitner & Zins (1999)	Impacto del turismo y escala de actitud (escala TIAS) y variables adicionales (desarrollo del turismo; beneficios a la economía personal; infraestructura; conglomerado; contaminación y discriminación).
Yoon et al. (2001)	Impactos económicos, sociales, culturales y ambientales; impacto total; soporte para el desarrollo del turismo en cuatro tipologías (naturaleza, cultura o atracciones históricas, atracciones designadas para gran número de turistas; programas/ eventos al aire libre; y desarrollo de soporte de servicios).
Gursoy et al. (2002)	Interés en la comunidad; apego a la comunidad; actitud eco-céntrica; utilización del turismo como recurso de la comunidad; el estado de la economía local; beneficios percibidos; costos percibidos; apoyo al turismo basado en dos tipologías (atracción histórica y cultural y eventos culturales y folclóricos).
Ko & Stewart (2002)	Beneficios personales del desarrollo del turismo; impactos negativos del turismo percibidos (11 variables sobre impactos económicos, socio/cultural y ambiental); impactos positivos del turismo percibidos (13 variables sobre impactos económicos, socio/cultural y ambiental); satisfacción con la comunidad; apoyo para un mayor desarrollo del turismo (apoyo en el contexto regional y apoyo en el contexto de la vivencia de la comunidad).
Jurowsky & Gursoy (2004)	Interés en la comunidad; actitud eco-céntrica; utilización del turismo como base de recursos para la comunidad; el estado de la economía local; beneficios percibidos; costos percibidos; apoyo al turismo basado en dos tipologías (atracción histórica y cultural y eventos culturales y folclóricos).
Gursoy & Rutheford (2004)	Interés en la comunidad; apego a la comunidad; actitud eco-céntrica; uso del turismo como base de recursos para la comunidad; el estado de la economía local; Beneficios económicos, sociales y culturales percibidos; costos sociales y culturales percibidos; apoyo al turismo en base a tres tipos (desarrollo basado en la naturaleza, desarrollo basado en la cultura e historia y programas naturales).
Gursoy & Kendall (2006)	Interés en la comunidad; apego a la comunidad; actitud eco-céntrica; beneficios percibidos; costos percibidos; apoyo a Mega Eventos.
Dyer et al. (2007)	Impactos del turismo percibidos: Positivo económico (4 variables), negativo socioeconómico (7 variables), positivo social (5 variables) y negativo social (3 variable) e impacto positivo cultural (4 variables); apoyo al desarrollo del turismo.
Oviedo-Garcia, Castellano-Verdugo & Martín-Ruiz (2008)	Impactos positivos (económico, sociocultural y ambiental); impactos negativos (económico, sociocultural y ambiental); evolución global; desarrollo del turismo; planificación del turismo.
Vargas Sánchez et al. (2009)	Beneficios personales del desarrollo del turismo; impactos negativos del turismo; impactos positivos del turismo; satisfacción con la comunidad; apoyo para un mayor desarrollo del turismo.
Nicholas et al. (2009)	Interés en la comunidad; actitudes ambientales; nivel de involucramiento en el Área de Gestión de Pitons (PMA); percepción del PMA; soporte para el desarrollo del turismo sustentable en el PMA; soporte para el PMA como sitio de Patrimonio Mundial.
Gursoy et al. (2009)	Interés en la comunidad; apego a la comunidad; actitud eco-céntrica; uso del turismo como recurso de la comunidad; el estado de la economía local; beneficios económicos, sociales y culturales percibidos; costos sociales y socioculturales percibidos; actitudes en relación a dos tipos diferentes de desarrollo del turismo; turismo de masas y turismo alternativo.

Fuente: Adaptado de Sánchez et al. (2011)

Entre los 13 estudios del Cuadro 1 sólo el trabajo de Gursoy & Kendall (2006) no se refiere al desarrollo del turismo en una región específica sino a un proyecto turístico (mega evento). Esto refuerza la importancia del referido estudio para el sector y el uso de éste como modelo base para la

presente investigación. A pesar de que los autores consideraron el modelo como válido, al confirmar 7 de las 9 hipótesis relevadas, admiten que estos resultados son prematuros y proponen mejorarlos.

Algunos de esos modelos aplicados están siendo contestados por estudios recientes (posteriores al Cuadro 1), debido a la existencia de algunas contradicciones que insisten en aparecer. Ward & Berbo (2011) destacan la falta de pleno éxito en los modelos testeados hasta el momento, siendo que este intento de modulación de los factores que influyen sobre la percepción y el apoyo de los residentes posee más de diez años de constantes publicaciones. De esa forma los autores indagan la aplicación de la SET en el campo del turismo e incluyen otra teoría de la psicología social, la Integrated Threat Theory (ITT). A pesar de que el uso de la ITT en conjunto con la SET es considerado válido no se encontró ningún factor específico de destaque y se admite la necesidad de continuar buscando avances.

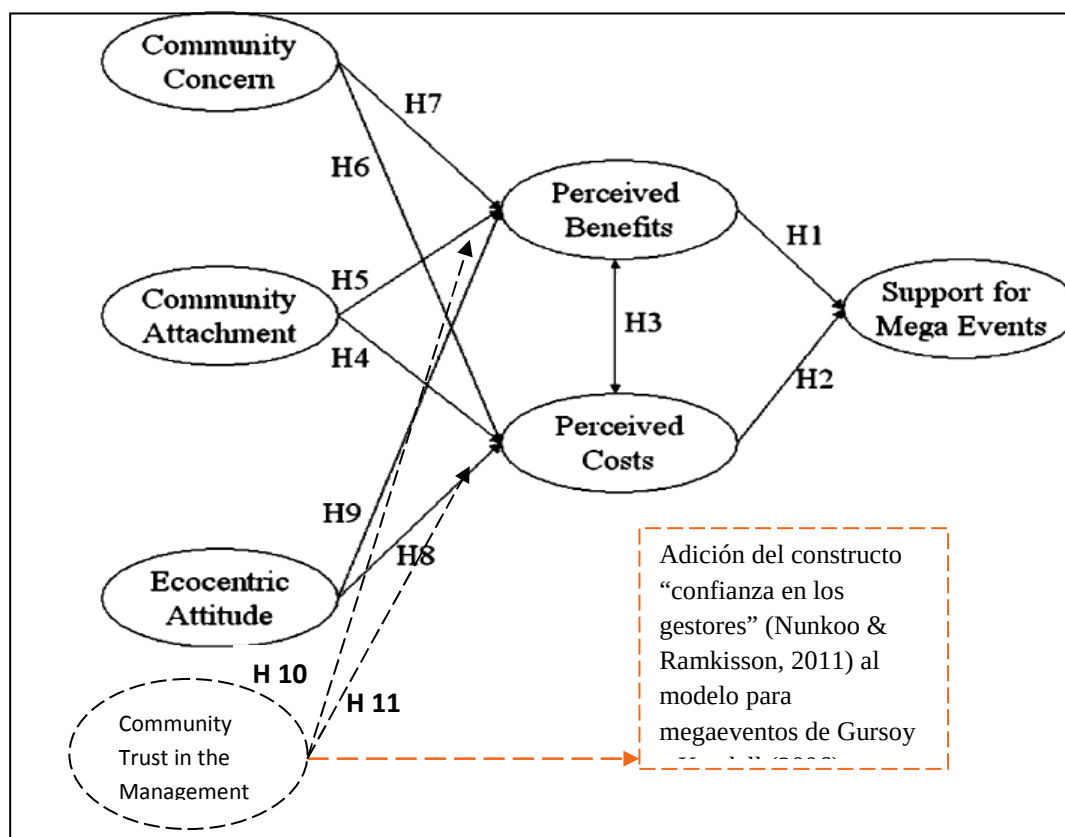
Otra línea presente en los últimos trabajos sobre el desarrollo de sistemas de análisis que puedan cubrir los baches de la temática, es la revisión de la SET rescatando algunos factores generales mencionados y modulando a partir de ellos. Nunkoo & Ramkisson (2011) consideran para la modulación los factores base de la SET, a través de los autores clásicos de la teoría como Blau (2006) y Emerson (1962). Entre los factores rescatados y testeados se destacó por su significancia la “confianza en los gestores”.

Este reciente resultado resulta importante porque autores consagrados en el tema como Nunkoo, Ramkisson & Gursoy (2012) se centraron en el factor “confianza”. Los autores confirmaron el vínculo entre la confianza en los gestores públicos y el apoyo de los residentes al turismo, considerando que el desarrollo turístico de una localidad requiere la responsabilidad de las instituciones públicas locales, legitimado el factor a fin de avanzar sobre el tema en investigaciones futuras.

Siguiendo la propuesta de Gursoy & Kendall (2006), estudio base del presente documento, y respetando los lineamientos de la SET, cabe la aplicación del modelo testado para mega eventos con la adición de una proposición teórica que es tendencia en las investigaciones del sector, la “confianza en los gestores” (Figura 1).

Así, el presente estudio toma como modelo central el trabajo de Gursoy & Kendall (2006), pues entre las referencias del Cuadro 1 es el modelo con más semejanzas con la presente investigación (principalmente por ser el único entre los trabajos relevados que trata de un mega evento). No se pueden olvidar los recientes resultados de Nunkoo & Ramkisson (2011) quienes encontraron un elevado nivel de significancia para el factor “confianza en los gestores”. Tomando como base la Figura 1 se suma al modelo aplicado a los mega eventos (Gursoy & Kendall, 2006) el factor “confianza en los gestores” (Nunkoo & Ramkisson, 2011), obteniendo el referido modelo a ser testado.

Figura 1: Proposición teórica del modelo



Fuente: Adaptado de Nunkoo & Ramkisson (2011) y Gursoy & Kendall (2006)

METODOLOGIA

Al tener como objetivo investigar los factores que influyen sobre el apoyo de los residentes a los mega eventos, la presente investigación se caracteriza como un análisis que busca describir determinado fenómeno y trazar relaciones entre las variables que influyen la construcción del escenario observado. Gil (2008) admite en las ciencias sociales estudios descriptivos con tendencia explicativa al dirigir la descripción al nivel de explicación causal. *"Algunas investigaciones descriptivas van más allá de la simple identificación de la existencia de relaciones entre variables, pretendiendo determinar la naturaleza de esa relación"* (Gil, 2008: 28). Por ser una temática abordada en otros estudios con un modelo de investigación validado en el ámbito académico se puede entender que la naturaleza del presente documento se encuentra en este nivel.

Esta tipología de aproximación cuantitativa con intención de relevar la opinión de un grupo de personas que represente a los sujetos de la investigación a través de un cuestionario se denomina "survey" (Gil, 2006). Es un tipo de investigación usado en los diversos estudios utilizados como referencia en este artículo.

El universo de la investigación es una de las ciudades sede del mega evento FWC 2014, Natal/RN, una capital brasileña del litoral que posee 803.739 habitantes (Natal, 2011). El número de elementos a ser evaluados se enmarca en una muestra superior a 100.000 componentes (muestra infinita). Para el cálculo de la muestra en las ciencias sociales se aceptan niveles de confianza del 95% (representado con la numeración 1,96), un error máximo de 5% y un porcentaje comparativo máximo (50.50) para fenómenos sin estimación de ocurrencia (Gil, 2008). Así, el cálculo de la muestra para el presente estudio (n) es de 385 elementos, redondeando el resultado fraccionado en 384,16. Por garantía se recolectaron 400 muestras para evitar posibles respuestas inválidas que comprometieran el cálculo del universo de investigación.

A partir de las consideraciones de los estudios de referencia se eligió el abordaje personal y directo en distintas áreas de gran rotación siguiendo la rutina de la entrevista: identificación del motivo del abordaje, si el entrevistado accedía a participar se le preguntaba si residía en la ciudad y si contestaba que sí se aplicaba el cuestionario.

En lo que se refiere a los lugares de abordaje se consideró un nuevo análisis de las alternativas del comportamiento social en Brasil. Se identificaron estudios como el de Bienentein (2002) quien expone sobre el rol del shopping center en la realidad brasileña. Lo presenta como un espacio seguro que buscó integrar diversos servicios para la comunidad y se transformó en un lugar de sociabilidad de la era capitalista. De esa forma la recolección de datos en centros comerciales de gran rotación de personas, que ofrecen servicios básicos (bancos, supermercados y servicios públicos), puede considerarse como una alternativa viable para la realidad de la investigación.

Pasada la etapa del testeo se seleccionaron tres establecimientos comerciales con alta rotación de gente, frecuentados por diversas franjas socio-demográficas y ubicados en zonas estratégicas. Los establecimientos fueron: Norte Shopping (zona norte de la ciudad), Shopping Midway Mall (entre zona este y oeste) y Shopping Via Direta (zona sur).

Como instrumento de investigación se utilizó la escala de concordancia por ser una forma de medición aceptada internacionalmente con variación entre “en desacuerdo plenamente” hasta “coincido plenamente” (Gil, 2008), ampliamente usada en las investigaciones de la temática. La estructura básica del formulario aplicado tuvo una escala de 11 niveles (de 0 a 10) siendo 0 en desacuerdo plenamente y 10 coincido plenamente. Para cada una de las 7 proposiciones teóricas del modelo se realizó una pregunta general para evaluar la posición del residente a partir de la escala citada, que fue clasificada como: Factor 1- Apego a la comunidad; Factor 2- Involucramiento con la comunidad; Factor 3- Actitud ecocéntrica; Factor 4 - Confianza en los gestores; Factor 5- Percepción de beneficios; Factor 6 - Percepción de costos; Factor 7- Apoyo a la realización del evento.

Los datos recolectados fueron ordenados y agrupados a través del software Microsoft Office Excel 2007, y posteriormente trabajados de acuerdo con las especificaciones del objetivo a partir de la transferencia de los datos al software Statistica V.8.

Por tratar hipótesis previamente moduladas y validadas el eje de la investigación se dirige al análisis de la correlación directa y lineal de las proposiciones conforme las posiciones predeterminadas por Gursoy & Kendall (2006). La correlación entre dos variables es expresada por su intensidad y significancia al considerar que 1,00 representa la correlación máxima (perfecta) pudiendo ser negativa (-) o positiva (+), teniendo como variación -1,00 hasta +1,00 (Levin & Fox, 2004). Entre los distintos tipos de correlación el uso del coeficiente de correlación de Pearson (r) es el recomendable para relaciones lineales con datos intervalares compatibles y en muestras por encima de 30 casos (Levin & Fox, 2004). Estos parámetros son consistentes con la propuesta y se presentan como ideales para alcanzar los objetivos propuestos.

RESULTADOS

Las proposiciones teóricas relevadas se presentan como factores con potencial para influenciar el apoyo de los residentes al mega evento FWC 2014 en Natal. Los datos obtenidos en la investigación mediante la metodología citada se exponen en la siguiente matriz de correlación (r) destacando en negrita los valores considerados significantes (Cuadro 2).

Cuadro 2: matriz de correlación lineal entre los factores relevados

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7
Factor 1	1,00						
Factor 2	0,22	1,00					
Factor 3	-0,08	-0,07	1,00				
Factor 4	0,10	-0,03	-0,03	1,00			
Factor 5	0,12	0,15	-0,07	0,47	1,00		
Factor 6	0,13	0,06	0,04	-0,18	-0,22	1,00	
Factor 7	0,03	0,03	0,00	0,47	0,57	-0,35	1,00

Fuente: Datos de la investigación (2013)

La correlación de estos factores brinda el margen para falsificar las hipótesis relevadas, clasificadas, descriptas y justificadas en el Cuadro 3.

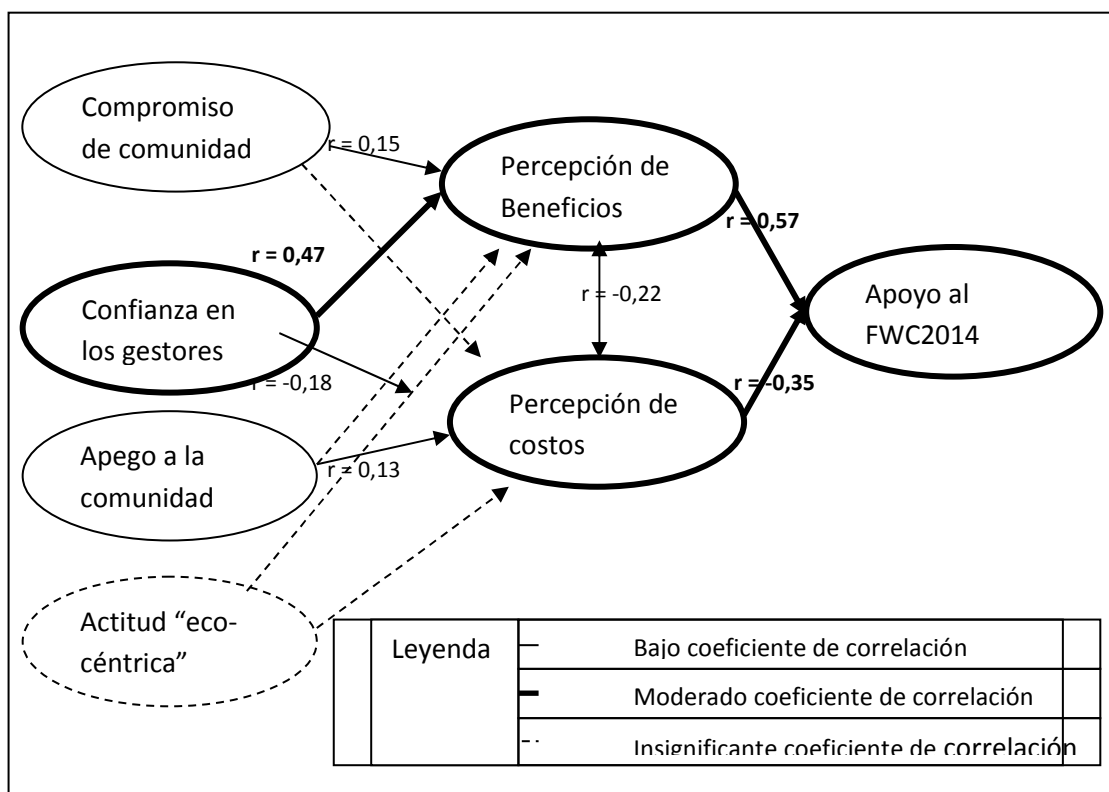
Cuadro 3: Hipótesis teóricas testeadas

H	Descripción de las Hipótesis	Principales estudios referenciales
1	Existe una relación positiva directa entre la percepción de los beneficios y el apoyo a la realización de mega eventos (Gursoy & Kendall, 2006).	Kendall & Var (1984) Ritchie & Aitken (1985) Hall (1989) Allen, Hafer, Long & Perdue(1993) Mihalik & Cummings (1995) Jeong & Faulkner (1996) Mihalik & Simonetta (1998) Deccio & Baloglu (2002)
2	Existe una relación negativa directa entre los costos percibidos y el apoyo a la realización de mega eventos (Gursoy & Kendall, 2006).	Ritchie & Aitken (1984) Kousis (1989) Cohen (1988) Mihalik & Cummings (1995) Mihalik & Simonetta (1998) Tosun (2002)
3	Existe una relación negativa directa entre los costos percibidos y los beneficios percibidos al ser sede de mega eventos (Gursoy & Kendall, 2006).	No hubo estudios referenciados, esta hipótesis entra como control para verificar si las percepciones interactúan entre sí o funcionan como variables independientes.
4	Existe una relación directa entre el apego de la comunidad y los costos percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	Um & Crompton (1987) Davis, Allen & Cosenza (1988) Lankford and Howard (1994)
5	Existe una relación directa entre el apego de la comunidad y los beneficios percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	McCool & Martin (1994) Jurowski et al. (1997) Gursoy et al. (2002) Deccio & Baloglu (2002)
6	Existe una relación directa entre la preocupación por la comunidad y los costos percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	Perdue, Long & Allen (1990) Gursoy et al. (2002)
7	Existe una relación directa entre la preocupación por la comunidad y los beneficios percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	
8	Existe una relación directa entre la actitud eco-céntrica y los costos percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	Jurowski et al. (1994) Jurowski et al. (1997) Gursoy et al. (2002)
9	Existe una relación directa entre la actitud eco-céntrica y los beneficios percibidos (Gursoy & Kendall, 2006).	Deccio & Baloglu (2002)
10	Existe una relación positiva directa entre el nivel de confianza de los pobladores en las instituciones gestoras y los beneficios percibidos (Nunkoo & Ramkisson, 2011).	Blau (2006) Easton (1965) Holmes (1981) Zussman (1997) Hetherington (1998)
11	Existe una relación negativa directa entre el nivel de confianza de los pobladores en las instituciones gestoras y los costos percibidos (Nunkoo & Ramkisson, 2011).	Klingemann (1999) Norris (1999) Miller & Listhaug (1999) Lovell (2001) Gilson (2003) Cropanzano & Mitchell (2005) Earle, Siegrist & Gutscher (2007) Bronfman et al. (2009)

Fuente: Datos de la investigación en base a Nunkoo & Ramkisson (2011) y Gursoy & Kendall (2006)

Del resultado general obtenido en el Cuadro 2 se destacan las correlaciones de interés evidenciadas en el Cuadro 3. De esa forma, a partir del modelo seguido se presentan los resultados en la Figura 2.

Figura 2: Correlación de Person (r) encontrada en el modelo propuesto



Fuente: Datos de la investigación (2013)

De las correlaciones analizadas, las que presentaron valores inferiores a 0,10 o que obtuvieron valor de beta insuficiente para legitimar una correlación, fueron consideradas inválidas (rechazando la hipótesis testeada). Las demás hipótesis testeadas fueron validadas con diferentes grados de correlación siguiendo la escala propuesta por Levin & Fox (2004) para las ciencias sociales, en la cual entre 0,10 y 0,30 se considera un nivel de correlación bajo y entre 0,30 y 0,60 un nivel de correlación moderado (no hubo coeficiente por encima de 0,60 que es considerado fuerte).

Así, de las 11 hipótesis testeadas, 7 fueron confirmadas (H1, H2, H3, H4, H7, H10 y H11) y 4 negadas (H5, H6, H8 y H9). Se pudo realizar un análisis específico de cada conjunto y una comparación con los resultados obtenidos por las investigaciones que basan la presente propuesta. Vale destacar que se utilizó el coeficiente de correlación lineal (pues no se enfocó el desarrollo de un modelo) y los estudios tomados como base usaron un coeficiente de ruta para modelar los factores.

Hipótesis 1, 2 y 3

A continuación se describen las primeras 3 hipótesis. *Hipótesis 1:* Existe una relación positiva directa entre la percepción de los beneficios y el apoyo a la realización de mega eventos. *Hipótesis 2:* Existe una relación negativa directa entre los costos percibidos y el apoyo a la realización de mega eventos. *Hipótesis 3:* Existe una relación negativa directa entre los costos percibidos y los beneficios percibidos por ser sede de mega eventos.

La Hipótesis 1 presentó la mayor correlación con el apoyo a la realización de mega eventos, con un coeficiente próximo a lo que es considerado como fuerte y en la dirección esperada. La Hipótesis 2 fue validada con una correlación moderada y negativa, línea teóricamente premeditada. La Hipótesis 3 también obtuvo una correlación negativa conforme lo esperado, pero con un coeficiente débil.

Al relevar los resultados obtenidos por Gursoy & Kendall (2006) se observa que la Hipótesis 1 fue confirmada con un coeficiente de ruta de 0,47, la Hipótesis 2 fue rechazada con un índice insignificante de correlación y la Hipótesis 3 fue aceptada con un coeficiente de -0,27. Al comparar los resultados entre las investigaciones se observa que las hipótesis 1 y 3 obtuvieron índices similares de correlación y la hipótesis 2 fue confirmada sólo en el presente estudio.

Este resultado destaca la aplicabilidad de la base de la SET (relación directa entre percepción y posicionamiento) como una línea de pensamiento que responde dentro de la ciencia normal a las cuestiones macro sociales. Así, renace el debate sobre la contribución de la proposición teórica “percepción de los costos”. Es clara la predominancia de la “percepción de los beneficios” y una correlación negativa entre las percepciones, incluso débil. Sin embargo, el rol exacto de la “percepción de los costos” en el posicionamiento sigue abierto. En el presente estudio se observó cómo una correlación negativa y moderada, hipótesis significativa y consistente, se contrapone a los resultados de Gursoy & Kendall (2006).

Si las primeras hipótesis sólo confirmaron una consistente base de la SET, las demás se adentran en las inconformidades respecto de los factores que influyen en la percepción de costos y beneficios. Entender que la percepción influye al apoyo parte de un encadenamiento lógico empíricamente testado, pero la búsqueda de avances para la gestión de esos *stakeholders* está en saber qué factores actúan directamente en la percepción e indirectamente en el apoyo.

Hipótesis 4 y 5

A continuación se describen las Hipótesis 4 y 5. *Hipótesis 4*: Existe una relación directa entre el apego a la comunidad y los costos percibidos. *Hipótesis 5*: Existe una relación directa entre el apego a la comunidad y los beneficios percibidos.

Las Hipótesis 4 y 5 giran en torno al factor “apego a la comunidad”. Al suponer que el apego de los residentes se relaciona con las percepciones positivas y negativas, los estudios recientes sobre la temática aún no definieron la dirección (positiva o negativa). Sólo observaron las correlaciones y buscan entender la forma en que este factor actúa en la percepción.

Los resultados revelan la validación de la Hipótesis 4 y la falsedad de la Hipótesis 5. La relación entre el sentimiento de apego y la percepción del beneficio no presentó significancia y por eso es

rechazada. La relación entre el sentimiento de apego y la percepción de los costos presentó una correlación baja pero suficiente para confirmar la proposición en cuestión.

Gursoy & Kendall (2006) presentaron resultados opuestos a los del presente estudio al rechazar la Hipótesis 4 y confirmar la Hipótesis 5 con un coeficiente de 0,11. La suposición de los autores de que los residentes cuando más tiempo llevan en la comunidad más piensan en las mejoras a largo plazo no se confirmó en la presente investigación. Al mismo tiempo, los autores relativizan que al depender del tipo de desarrollo la relación entre percepciones puede invertirse.

De todas formas, los dos estudios indicaron coeficientes de correlación entre apego y percepción débiles que rayan la insignificancia, hecho que contradice la importancia de ese factor como representativo en la influencia de la percepción y la posición del residente en contra o a favor de los mega-eventos. En este caso, se debe considerar la posibilidad de que la proposición tenga una mayor representatividad en los análisis enfocados en el desarrollo de la actividad turística en una localidad, como los estudios realizados por Deccio & Baloglu (2002) y Gursoy, Jurowski & Uysal (2002), y no en un mega evento.

Hipótesis 6 y 7

A continuación se describen las Hipótesis 6 y 7. *Hipótesis 6:* Existe una relación directa entre el involucramiento con la comunidad y los costos percibidos. *Hipótesis 7:* Existe una relación directa entre el involucramiento con la comunidad y los beneficios percibidos.

Las Hipótesis 6 y 7 giran en torno de la proposición “involucramiento con la comunidad” en el bienestar social, al considerar que las personas preocupadas/interesadas porque la sociedad mejore producen patrones de percepción similares y un patrón de posicionamiento frente al turismo y a los mega eventos. Los estudios recientes aún no definieron la dirección (positiva o negativa), sólo observaron las correlaciones. Así, también se busca entender la forma en que este factor actúa en la percepción.

Los resultados revelan la falsedad de la Hipótesis 6 y validan la Hipótesis 7. La relación entre “involucramiento” y “percepción de los beneficios” presentó un coeficiente de 0,15 y por eso fue confirmada en el presente estudio. La relación entre “involucramiento” y “percepción de los costos” no presentó una correlación suficiente para confirmar la proposición en cuestión que fue negada.

El estudio referenciado presentó resultados similares y diferentes. Similares en lo que se refiere a la confirmación de la relación “involucramiento” y “percepción de los beneficios”, con un índice de 0,38. Diferentes en relación a la percepción de los costos, donde presentó una correlación directa y negativa de -0,22.

La comparación de los resultados confirma la existencia de una relación positiva directa entre el involucramiento y la percepción de beneficios, hecho que destaca la proposición que establece que las personas interesadas en que la sociedad mejore ven con optimismo los cambios que produce un evento. Esto no fue confirmado directamente con los costos, a pesar de que Gursoy & Kendall (2006), Mihalik & Cummings (1995) y Mihalik & Simonette (1998), entienden que las personas interesadas en mejorar el bienestar colectivo también son optimistas al relativizar los costos.

Hipótesis 8 y 9

A continuación se describen las hipótesis 8 y 9. *Hipótesis 8*: Existe una relación directa entre la actitud eco-céntrica y los costos percibidos. *Hipótesis 9*: Existe una relación directa entre la actitud eco-céntrica y los beneficios percibidos.

Las hipótesis 8 y 9 están representadas por la proposición “actitudes eco-céntricas” en relación a los costos y beneficios percibidos al considerar que los valores socioambientales influyen en la percepción e indirectamente en el apoyo a los mega eventos. Estas hipótesis, así como las hipótesis 4, 5, 6 y 7, derivan de estudios recientes y aún no poseen dirección de los vectores en análisis al buscar sólo correlaciones directas.

Durante el análisis de la distribución de la variable central (actitudes eco-céntricas) se observó una baja variancia de las respuestas, siendo que el 90% de los entrevistados puntuó con 9 ó 10 la pregunta central que define el factor. Para la mayoría de los entrevistados la actuación del hombre es invariablemente destructiva para el medio ambiente. Esta polarización de las respuestas puede haber comprometido las correlaciones que al ser computadas no presentaron betas suficientes para legitimar las hipótesis relacionadas con esta proposición.

Conforme Blau (2006) las opiniones sociales son expresadas a partir de dos líneas de pensamiento, una relativa a las experiencias pasadas y otra relativa al sentido común. La continua y creciente campaña global de protección ambiental puede ser una respuesta de sentido común surgida de la plena coincidencia en la valoración ambiental indicada en los resultados, siendo casi unánime. En esta situación no es posible encontrar patrones diferenciadores de respuesta.

Gursoy & Kendall (2006) encontraron una relación directa y positiva en ambas percepciones (beneficios y costos) al tener 0,17 y 0,27 como coeficientes respectivos. Así, a pesar de que la percepción de los costos se destacó, las personas con alto índice de valores “ecocéntricos” pusieron mayor atención en realizar esa tipología de transformación social.

Hipótesis 10 y 11

Se describen a continuación las dos últimas hipótesis. *Hipótesis 10*: Existe una relación positiva directa entre el nivel de confianza de los pobladores en las instituciones gestoras y los beneficios percibidos. *Hipótesis 11*: Existe una relación negativa directa entre el nivel de confianza de los pobladores en las instituciones gestoras y los costos percibidos.

Las hipótesis 10 y 11 están relacionadas con la única proposición proveniente del modelo de Nunkoo & Ramkisson (2011), confianza en los gestores. Estas hipótesis presentan solidez teórica porque forman parte de los conceptos básicos de la SET (Blau, 2006) y solidez en los tests empíricos realizados en los estudios previos de Nunkoo. De esa forma, es posible una proposición hipotética de la dirección de la correlación, en la cual se busca una relación directa y positiva entre los niveles de confianza y percepción de los costos y una relación directa negativa entre los niveles de confianza y percepción de los beneficios.

Ambas hipótesis fueron confirmadas dentro de los parámetros establecidos, siendo el coeficiente en los beneficios de 0,47 y en los costos de - 0,18, ambos significativos. Se observó una correlación moderada y positiva en lo que respecta a la “percepción de los beneficios” y una correlación baja y negativa en lo que respecta a la “percepción de los costos”. Esta fue la única proposición de la investigación que obtuvo éxito en todas las hipótesis testeadas.

Nunkoo & Ramkisson (2011) obtuvieron resultados similares con un índice de 0,24 para la percepción de los beneficios y -0,22 para la percepción de los costos. Los autores confirmaron las hipótesis y a partir de éste y otros resultados previos de éxito como el de Bronfman, Vazquez & Dorantes (2009), Siegrist (2000) y Siegrist & Cvetkovich (2000), sugieren el uso de esta proposición teórica como base para explicar la percepción y el apoyo de los residentes al turismo.

Se observa el debate teórico desplegado en las referencias bibliográficas, en el cual la proposición general de la teoría responde de forma satisfactoria a la relación entre percepción y apoyo. Al mismo tiempo, existen baches en los avances que alcanzan a la identificación de factores que influyen en esa percepción.

Al considerar que la teoría de los intercambios sociales entiende las reacciones humanas a partir de decisiones conscientes, midiendo costos y beneficios de forma lógica para la toma de decisiones se entiende esta proposición como válida dentro del modelo propuesto. Los matices críticos de esta teoría no se sustentan dentro de esa tipología de estudios en el sector, incluyendo este estudio donde la validación de las hipótesis 1, 2 y 3 confirma que el comportamiento humano genera respuestas con un patrón lógico de consciencia.

Existe una relación directa y representativa entre los factores percepción y apoyo, pero aún persiste el debate sobre el uso o no del factor “percepción de costos”. De la misma forma que en los trabajos que fundamentan la presente investigación en la Figura 3 se observa una relación más débil entre los factores “percepción de costos” y “apoyo” si se los compara con “percepción de los beneficios” y “apoyo”. Esto explica el uso con éxito en ciertos estudios (Choong-Ki & Back, 2006) sólo de la proposición “percepción de los beneficios”. Esto no significa que la proposición “percepción de los costos” sea irrelevante sino que la percepción de los beneficios responde de manera satisfactoria al modelo y posee una correlación negativa con los costos, resumiendo y objetivando el modelo.

En lo que se refiere a los factores que influyen en la percepción, del universo de las 4 proposiciones teóricas abordadas 3 obtuvieron correlación representativa con las percepciones “apego a la comunidad”, “involucramiento de la comunidad” y “confianza en los gestores”; y en 1 no hubo niveles de correlación considerados representativos con las percepciones actitud “eco-céntrica”. Estas respuestas que presentaron divergencias eran esperadas, pues abordar los factores que expliquen la percepción es traspasar las fronteras de la normativa científica y entrar en el campo del conflicto académico de los nuevos avances.

Los resultados obtenidos por Gursoy & Rutherford (2004) en relación a la proposición “actitud eco-céntrica” también presentaron inconsistencias con niveles de correlación considerados bajos, alternados entre negativos y positivos. Esto provocó algunas críticas por parte de autores del área que no encontraron resultados satisfactorios.

Los otros tres factores mensurados presentaron correlaciones con la percepción siendo que dos (involucramiento con la comunidad y apego a la comunidad) obtuvieron sólo una correlación con bajo coeficiente, y 1 (confianza en los gestores) obtuvo una correlación con ambas percepciones (una de ellas con elevado coeficiente de correlación).

El resultado de las correlaciones de estos dos factores con correlación significativa más baja, a pesar de ser muy usados, divergen a un punto que no dirige las hipótesis como la correlación positiva y negativa. Al depender de cada escenario estos factores presentan resultados distintos, generalmente válidos, como en la presente investigación; pero aún no se entiende la forma en que se presenta esa influencia. Así, cabe desarrollar conceptos basados en la teoría en uso para proposiciones que expliquen la relación de estos factores encontrada y cómo estos resultados entran dentro de un modelo general.

A partir de los resultados presentados en la Figura 3 se puede concluir que las personas apegadas a las comunidades son más resistentes a los cambios en un ambiente que les es confortable. Se consideran incluidas en el bienestar social y tienen una visión progresista y optimista respecto de los mega proyectos para la ciudad. No obstante, estas proposiciones no son conclusivas.

El factor “confianza en los gestores”, entre los relacionados con la percepción, fue el que obtuvo resultados más representativos. No es que este factor estuviera desacreditado pues los recientes resultados de Nunkoo & Ramkisson (2011) dejan bien clara su importancia, sino que se debe a que es una proposición teórica nueva en lo que se refiere a gestión de proyectos turísticos. En términos generales, el factor adicionado al modelo propuesto en la presente investigación se mostró muy relevante entre los que buscaban la influencia en la percepción con correlación en las dos formas de percepción, dentro de las respectivas direcciones esperadas (positiva para beneficios y negativa para costos) con los mayores índices de correlación.

La representatividad de los resultados obtenidos con este factor se extiende más allá de las hipótesis relevadas, desde el momento en que éste fue el único de los cuatro factores en que se esperaba una correlación con la percepción y que superó ese nivel al llegar a una correlación significativa directa con apoyo, con un coeficiente directo y positivo de 0,47.

Los resultados obtenidos como el del factor “confianza en los gestores” confirman la escuela teórica del modelo, por ser un factor clásico de la SET y poseer niveles de correlación contrastantes al punto de tornarse el eje central para explicar el modelo, abriendo posibilidades de indicaciones gerenciales para el proyecto turístico en foco.

CONCLUSIÓN

Al tomar como base el objetivo del presente estudio cabe considerar que los residentes considerados en la investigación son influenciados para apoyar un mega evento por la “percepción de beneficios”, “percepción de costos”, “confianza en los gestores”, “apego a la comunidad” e “involucramiento en la comunidad”. Hay que tener en cuenta que los factores “percepción de beneficios”, “percepción de costos” y “confianza en los gestores” al presentar niveles de significancia superiores a los demás y ser clasificados una categoría más arriba, pueden ser considerados como determinantes.

De los avances obtenidos en lo que se refiere a la búsqueda de un modelo general se observa que las hipótesis centrales que caracterizan la SET (1, 2, 3, 10 y 11) se confirmaron con significancia, reafirmando la validez de la escuela teórica utilizada. Al mismo tiempo los bajos resultados presentados en las demás (4, 5, 6, 7, 8 y 9) refuerzan la posición de algunos autores que creen que aún hay baches en cuanto a proposiciones que expliquen la percepción y el posicionamiento.

El estudio permite un avance en la comprensión del escenario nacional como el mega evento FWC 2014 en Brasil, donde se produjeron manifestaciones populares en contra del mismo. A partir de los resultados obtenidos se entiende que los grupos opositores al mega evento surgieron por la falta de percepción de beneficios que vaya a poseer el mega evento. Incluso algunos entendieron que el

mega evento traerá problemas. Esto puede basarse en la falta de confianza en los gestores públicos y privados.

El presente estudio abre futuras líneas de investigación en lo que respecta a la modulación de los factores. Es necesario repensar los valores “apego”, “involucramiento” y “ecocentrismo” a partir de la teoría modelo (SET), que continúa confirmando sus columnas y gana credibilidad como escuela base. Se debe profundizar en el factor “confianza” pues fue claramente influyente. En lo que hace a las diferencias de percepción de los latinos cabe realizar otros estudios como éste enfocados en el continente para trazar similitudes con la presente investigación y delinear un modelo de respuesta específica. En lo que respecta al mega evento FWC 2014 deben hacerse aplicaciones periódicas para medir las fluctuaciones de las percepciones antes y después del evento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bienenstein, G.** (2002) “Shopping center: O fenômeno e sua essência Capitalista”. *Geographia* (6): 71-98
- Blau, P. M.** (2006) “Exchange and power in social life. Wiley, New York
- Brasil** (2010) “Documento referencial de turismo no Brasil Turismo no Brasil - 2011/ 2014”. Ministério do Turismo, Brasília
- Bronfman, N. C.; Vazquez, E. L. & Dorantes, G.** (2009) “An empirical study for the direct and indirect links between trust in regulatory institutions and acceptability of hazards”. *Safety Science* 47: 686–692
- Chaldwick, J. K.** (1976) “Social exchange theory: Its structure and influence in social psychology”. Saint Mary’s University, Halifax
- Choong-ki, L. & Back, K. J.** (2003) “Pre- and post- casino impact of residents perception”. *Annals of Tourism Research* 30(4): 868–885
- Choong-ki, L. & Back, K. J.** (2006) “Examining structural relationships among perceived impact, benefit, and support for casino development based on 4 year longitudinal data”. *Tourism Management* 27(3): 466–480
- Choong-ki, L.; Kang, S. K.; Long, P. & Reisniger, Y.** (2010) “Residents' perceptions of casino impacts: A comparative study”. *Tourism Management* 31(2): 189-201
- Cook, K. S. & Rice, E.** (2006) “Handbook of social psychology: social exchange theory”. University of Wisconsin Madison, Madison
- Deccio, C. & Baloglu, S.** (2002) “Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts”. *Journal of Travel Research* 41:46–56
- Emerson, R. C.** (1962) “Power dependence relation.” *American Sociological Review* 40: 27-31
- Emerson, R. C.** (1976) “Social exchange theory”. *Annual Review of Sociology* 2: 335-362
- Galeano, E.** (1982) “As veias abertas da América Latina”. Paz e Terra, Rio de Janeiro
- Gallarza, M. G.; Garcia, H. C. & Saura, I. G.** (2002) “Destination image: towards a conceptual framework”. *Annals of Tourism Research* 29(1): 56-78

- Getz, D.** (2008) "Event tourism: Definition, evolution, and research". *Tourism Management* 29(3): 403–428
- Gil, A. C.** (2006) "Como elaborar projetos de pesquisa". Editora Atlas, São Paulo
- Gil, A. C.** (2008) "Métodos e técnicas da pesquisa social". Editora Atlas, São Paulo
- Gursoy, D.; Jurowski, C. & Uysal, M.** (2002) "Resident attitudes: a structural modeling approach". *Annals of Tourism Research* 29(1): 79-105
- Gursoy, D. & Kendall, K. W.** (2006) "Hosting mega events: modeling locals' support". *Annals of Tourism Research* 33(3): 603-623
- Gursoy, D. & Rutherford, D.** (2004) "Host attitudes toward tourism: An improved structural model". *Annals of Tourism Research* 31(3): 495–516
- Homans, G. C.** (1961) "Social behaviors: It is a elementary forms". Harcourt, New York
- Kim, H. J.; Gursoy, D. & Lee, S. B.** (2006) "The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre- and post-games". *Tourism Management* 27(1): 86–96
- Kim, S. S. & Petrick, J. F.** (2005) "Residents' perceptions on impacts of the FIFA2002 World Cup: the case of Seoul as a host city". *Tourism Management* 26(1): 25-38
- Kunh, T. S.** (2009) "A estrutura das revoluções científicas". Perspectiva, São Paulo
- Leiper, N.** (1979) "The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry". *Annals of Tourism Research* 6(4): 390-407
- Levin, J. & Fox, A.** (2004) "Estatística para ciências humanas". Prentice Hall, São Paulo
- Mihalik, B. & Cummings, P.** (1995) "Host perceptions of the 1996 Atlanta Olympics: Support, attendance, benefits and liabilities". *Travel and Tourism Research Association 26th Annual Proceedings*, pp. 397–400
- Mihalik, B. & Simonette, L.** (1998) "Resident perceptions of the 1996 Summer Olympic Games: Year II". *Festival Management and Event Tourism* 5(1):9–19
- Milito, M. C.; Marques Jr., S. & Lemuel, M. A.** (2013) "Percepção do residente em relação a turismo e megaevento: análise bibliométrica de periódicos internacionais e latino-americanos". *Revista Turismo em Análise* 24(3): 482- 502
- Natal - Prefeitura Municipal** (2011) "Anuário Natal 2010". SEMURB, Natal
- Nunkoo, R. & Ramkisson, H.** (2011) "Developing a community support model for tourism". *Annals of Tourism Research* 38(3): 964–988
- Nunkoo, R.; Ramkisson, H. & Gursoy, D.** (2012) "Public trust in tourism institutions". *Annals of Tourism Research* 39(3): 1538-1564
- Organização Mundial do Turismo** (2014) Disponível em: <http://unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>. acesso em: 20/01/2014
- Perdue, R. R.; Long, P. T. & Allen, L.** (1990) "Resident support for tourism development". *Annals of Tourism Research* 17(4): 586-599
- Project Management Institute – PMI** (2008) "Guia PMBOK". Pennsylvania
- Sanchez, V. A.; Bueno, P. N. & Mejia, P. M. A.** (2011) "Explaining residents attitudes to tourism: Is a universal model possible?" *Annals of Tourism Research* 38(2): 460–480

Sánchez, A. V.; Mejía, A. P. & Bueno, N. P. (2009) "Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community". *Journal of Travel Research* 47(3): 373–387

Siegrist, M. (2000) "The influence of trust and perceptions of risks and benefits on the acceptance of gene technology." *Risk Analysis* 20(2): 195–203

Siegrist, M. & Cvetkovich, G. T. (2000) "Perceptions of hazards: The role of social trust and knowledge". *Risk Analysis* 20(5): 713–719

Waite, G. (2003) "Social impacts of the Sydney Olympics". *Annals of Tourism Research* 30(1): 194–215

Ward, C. & Berbo, T. (2011) "Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists". *Annals of Tourism Research* 38(4): 1556–1569

Recibido el 08 de febrero de 2014

Reenviado el 12 de abril de 2014

Aceptado el 20 de abril de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

Documentos

Especiales

VALORACIÓN ECONÓMICA AMBIENTAL EN EL TURISMO

Temas de debate

Marialva Tomio*

Fundação Universidade Regional de Blumenau

Blumenau (SC), Brasil

Danielle Regina Ullrich**

Instituto Federal de Santa Catarina

Blumenau (SC), Brasil

Resumen: El presente artículo, de naturaleza teórica, tiene por objetivo reflexionar sobre la valoración económica ambiental en el campo del turismo porque éste se vale de recursos naturales tanto con intencionalidad económica como social. Este uso de los recursos naturales implica repensar la manera en que se realiza la valoración económica ante los desafíos que enfrenta el turismo al presentar su contribución y responsabilidad en la conservación ambiental. En los cuestionamientos sobre la valoración económica ambiental surge la pregunta: ¿Cómo se da en el turismo la valoración de los bienes públicos (los recursos naturales)? Los resultados mostraron que hay escasos debates sobre el tema y sugieren un nuevo ámbito de reflexión y diálogo en el turismo, visto que en otros campos como la economía, la ecología y la administración se avanza hacia debates que ya presentan casos empíricos. Por lo tanto, se afirma que este artículo puede sentar las bases para responder a este cuestionamiento, presentando algunos modelos que pueden adaptarse a esta importante reflexión académica sobre el turismo y su relación con el ambiente.

PALABRAS CLAVE: valoración económica ambiental, recursos ambientales, turismo.

Abstract: Environmental Economic Appraisal in the Tourism Field: Issues for Discussion! This article aims to present reflections on environmental economic valuation, in the tourism field, because it makes use of natural resources, both economic and social intentionality. The use of natural resources implies to rethink how economic valuation is performed, given the challenges that tourism faces in presenting his contribution and responsibility in environmental conservation. In questions on environmental economic valuation, some questions arise: How occurs, in tourism, the valuation of

* Posdoctorado en Administración por la Universidad Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, Brasil. Doctora en Ingeniería de la Producción por la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, Brasil. Maestría en Turismo y Hotelería por la Universidad del Vale do Itajaí (UNIVALI), Balneário Camboriú, Brasil. Graduada en Administración por la Universidad Regional de Blumenau (FURB), Blumenau, Brasil. Es profesora titular de la Universidad Regional de Blumenau (FURB). E-mail: marialvatomio@yahoo.com.br

** Doctora en Administración por la Universidad Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, Brasil. Maestría en Desarrollo Regional por la Universidad Regional de Blumenau (FURB), Blumenau, Brasil. Graduada en Administración y en Turismo y Ocio por la FURB. Se desempeña como profesora en el Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), Blumenau, Brasil. E-mail: danielle_ullrich@yahoo.com.br

public goods, notably natural resources? The results showed that there are few or rare discussions on the subject, suggesting a new field of reflection and dialogue in the field of tourism, as in other fields, such as economics, ecology and management, we are moving towards discussions already present empirical cases. Therefore, it is believed that this article may provide information to answer these questions, with some models that can adapt to this important academic reflection on tourism and its relationship with the environment.

KEY WORDS: *environmental economic appraisal, environmental resources, tourism.*

INTRODUCCIÓN

El uso indiscriminado de recursos naturales es una de las preocupaciones de la sociedad actual y consecuentemente los debates relativos a este tema han sido objeto de estudio de economistas y ambientalistas. Los debates se refieren al uso indiscriminado de los recursos ambientales por las actividades económicas y al hecho de que este uso no es computado por el sistema de precios corriente, lo que provoca una utilización más dañina de dichos recursos. Para los teóricos del área el uso de estos recursos se comprende como una externalidad negativa de la actividad, pues no compensa a la población por la utilización de recursos que son bienes públicos. Por eso, se han realizado estudios para el desarrollo de métodos que permitan establecer valores económicos relativos a los bienes y servicios ambientales.

Además de la atribución de valores económicos, Amazonas (2009) indica que la valoración económica ambiental está compuesta por tres instancias de valores: 1) el conjunto de los valores económicos corrientes o de mercado; 2) los valores sociales no económicos relativos a la conservación y/o uso sustentable de los recursos ambientales; 3) los valores económicos derivados de la aprensión de dichos valores sociales no económicos y de la "internalización" de éstos en el conjunto de las variables económicas. Para el autor los valores y juicios humanos relativos a la conservación y uso sustentable de los recursos es algo incierto, relativo y controvertido pues es difícil dirimir dichos valores ambientales y sus grandezas. Por lo tanto, la forma de medición entre valores sociales y económicos también será incierta, relativa y controvertida.

El turismo es uno de los campos en los cuales se da el uso de recursos naturales con intencionalidades económica y social. Entre las opciones para su práctica se destacan los segmentos que involucran los recursos naturales como el ecoturismo y el turismo de naturaleza, los cuales buscan y utilizan espacios naturales que permiten el desarrollo de actividades de ocio en contacto con la naturaleza. En estos segmentos, los recursos naturales son tratados como "materia prima" transformada en producto de consumo para los turistas. El uso de esos recursos naturales también implica valores sociales además de los económicos.

Ante estas cuestiones surgen las preguntas: ¿Cómo se da en el turismo la valoración de los bienes públicos en particular los recursos naturales? ¿Cuáles son los modelos propuestos por los economistas y los ambientalistas y cómo acercar dicho debate al campo del turismo? Con el objetivo de verificar cómo se ha reflexionado en el ámbito del turismo sobre la valoración económica ambiental este artículo, de carácter teórico, utilizó la técnica de la investigación bibliográfica. Para Marconi & Lakatos (2007: 15) esta técnica *“no es una mera repetición de lo que ya fue dicho o escrito sobre cierto tema, sino que propicia el análisis de un tema bajo un nuevo enfoque o abordaje llegando a conclusiones innovadoras.”* La recolección de datos fue realizada en las principales revistas del área de turismo que abordan el debate teórico de la valoración económica.

Los debates propuestas sobre la valoración económica ambiental en el campo del turismo se inspiran en el modelo de Costanza et al. (1997) y en la propuesta de la Evaluación Ecosistémica del Milenio – MA (2005) que indica categorías de pago de los servicios ambientales. A partir de estos modelos se presentan los métodos de valoración ambiental, cuya intención es medir los valores de uso, de no uso, de opción y de existencia.

Este artículo está dividido en cuatro secciones. La introducción propone un debate teórico en base a los autores del área sobre la valoración económica de los recursos ambientales y el turismo. La segunda sección presenta una discusión relativa a la valoración económica ambiental aplicada al turismo, resaltando aspectos económicos y sociales. La tercera presenta los modelos y métodos de valoración ambiental directos. Y la cuarta expone las consideraciones finales relativas al objeto de estudio propuesto.

VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS SERVICIOS AMBIENTALES Y EL TURISMO

Con la repercusión de las problemáticas ambientales surgidas en las décadas de 1960 y 1970, las cuestiones relativas al ambientalismo pasaron a ser incorporadas en los estudios científicos, incluso en el área de la economía. Por eso, las investigaciones en esta área comenzaron a recibir influencia ambientalista y surgieron dos importantes perspectivas teóricas con propuestas de desarrollo sustentable: la economía ecológica y la economía ambiental denominada ecosocioeconomía (Maia & Pires, 2011).

Los teóricos de estas dos líneas de la economía adoptaron varios criterios para analizar la participación de las organizaciones en dirección a la responsabilidad y al compromiso en el uso de los recursos naturales y al involucramiento con las problemáticas ambientales. Los diferentes abordajes y limitaciones de las dos corrientes económicas son reconocidos en este artículo, pero esta reflexión no representa el objeto de análisis de este estudio y no pretende entrar en ese debate. El objetivo central es situarse teóricamente en relación a la valoración económica de los servicios ambientales en el turismo, comprendiendo que este tema es la preocupación de diferentes economistas y

ambientalistas que discuten sobre cómo el “valor” económico (costos, cobranzas, precios y pagos) puede contribuir a la conservación, preservación y mantenimiento del ambiente natural.

Los autores cercanos a la perspectiva de la economía ecológica (uno de los parámetros de comprensión de la valorización económica ambiental) como Costanza et al. (1997), inspiran este artículo. Estos autores estimaron el valor económico de la biosfera en base a cálculos adicionales propios captando valores de uso (materias primas, recreación, alimentos y no comercializados), de no uso (regulación del clima, control de erosión, ciclo de nutrientes, tratamiento de residuos, etc.), de opción (recursos genéticos, hábitat) y de existencia (culturales, hábitat, etc.), entre otros.

En la política ambiental la evaluación económica abarca la atribución de valores monetarios o precios a los servicios ambientales y los estoques de activos ambientales, principalmente cuando estos activos son comercializados. Un ejemplo es el petróleo bruto o el gas natural, en los cuales la noción de valorar o poner precio a los estoques es ampliamente comprendida y aceptada. Esta noción de valoración puede ser extendida a otros bienes y servicios utilizados por el mercado, cuya fijación de precios no es tan bien aceptada. Un ejemplo del mercado creado recientemente en el área ambiental es el de dióxido de carbono o la “fijación” de carbono atmosférico en la biomasa. En la década de 1990 no se hablaba de este tipo de mercado que hoy es común y está en crecimiento (Pearce & Seccombe-Hett, 2000).

Los usos potenciales de valoración económica incluyen análisis del costo-beneficio (ACB) de los proyectos, evaluación económica de políticas, política de precios, creación de impuestos ambientales contabilidad nacional y herramientas de gestión como el ejercicio participativo. No obstante, la falta de mercados para servicios ambientales significa que al revés de los productos producidos por el hombre, éstos no poseen precios y sus valores monetarios pueden no ser fácilmente comprendidos por las personas. El problema práctico de la valoración económica deriva de la dificultad de las personas para estimar valores en contextos de mercados no aparentes o en mercados imperfectos (Pearce & Seccombe-Hett, 2000). Una de las dificultades de la valoración ambiental es el establecimiento de precios y de la producción de un mercado. Esto se resolverá a partir del establecimiento de métodos estandarizados de evaluación de bienes y servicios ambientales (Farrow, Goldberg & Small, 2000).

Las decisiones que involucran la política ambiental en especial la evaluación económica, son consideradas difíciles por los economistas ambientales cuando el grado de las dificultades de implementación de una política excede los beneficios que se espera acumular con esta política. Por ejemplo, la extensión de los efectos causados por los gases que causan el efecto invernadero debe ser medida a través de los costos relativos al establecimiento de un control en comparación con los beneficios de la prevención de los daños causados a las generaciones futuras. Las preocupaciones en relación a los daños ambientales resultantes de una determinada acción son expresados por los

economistas ambientales dentro de un cálculo utilitarista, lo que exige la comparación de los costos y los beneficios (Spash, 1997).

Amazonas (2009) señala que la definición de los valores económicos forma parte de los valores sociales. Por lo tanto, debe considerar elementos fundamentales como: 1) El Objeto y sus respectivos atributos por los cuales será valorado; 2) El Sujeto con su percepción y juicios acerca del objeto por medio de los que lo evalúa; 3) La intersubjetividad o interacción entre los sujetos operando los mecanismos que institucionalizan y/o establecen los valores en el conjunto de la sociedad. Para Amazonas (2009) la definición de valores económicos se inicia en los atributos materiales concretos de los bienes y recursos, continúa con el juicio valorativo y el correspondiente uso instrumental de éste y al final se manifiesta bajo formas económicas monetarias institucionalizadas.

Según Pearce & Seccombe-Hett (2000) el “valor económico total” de un bien ambiental puede estar compuesto por “valores de uso” como por ejemplo el uso recreacional de un recurso y “valores de no utilización” que reflejan el hecho de que los individuos pueden valorizar los recursos por razones no relacionadas con su utilización. Estos dos abordajes básicos abarcan las preferencias inferidas a partir del comportamiento de un individuo al tomar decisiones sobre los atributos de los bienes. Entre los métodos disponibles se encuentran la “valoración contingente” y el “análisis conjunto” que son los únicos capaces de estimar los valores de no utilización.

Estos métodos están alineados con el abordaje de costo-beneficio que considera en qué medida las personas están dispuestas a pagar para evitar daños o si están dispuestas a aceptar una compensación por los daños sufridos. En estos casos el método que ha asumido el rol central es el de la valoración. Los problemas ambientales incluyen aspectos que tienen implicaciones a largo plazo y son irreversibles, como la destrucción de ecosistemas mediante la inundación de un valle para generar hidroelectricidad provocando la pérdida de especies, o la creación de contaminantes que perjudican las funciones de los ecosistemas y causan mutaciones genéticas en sus especies. Costanza et al. (1997) dicen que los valores (uso, no uso, opción y existencia) practicados para evaluar los recursos naturales representan un compromiso con la conservación del ambiente.

La aplicación de técnicas de valoración económica genera conflictos de opiniones. El uso del dinero como un patrón es visto como una barrera para su aceptación. Muchas personas aseguran que algunos bienes ambientales son “priceless” (sin precio) y afirman que no hay forma de establecer valores a los bienes como el aire limpio o el agua, que son vistos como un derecho de todos. La monetarización sería simplemente una forma conveniente de expresar los valores relativos que la sociedad establece sobre los diferentes usos de recursos. Es fundamental resaltar que una evaluación económica es un medio para medir las preferencias del público en relación a los recursos ambientales, pero no puede ser vista como la evaluación de los recursos en sí mismos (valores intrínsecos) (Pearce & Seccombe-Hett, 2000).

Así, surgen preocupaciones más amplias sobre la valorización de la naturaleza como el debate sobre el “pago de los servicios ambientales” que no sólo considera los recursos sino los servicios de los ecosistemas. Conforme la Evaluación Ecosistémica del Milenio - MA (2005) los servicios de los ecosistemas son los beneficios que el hombre obtiene de esos ecosistemas: servicios de provisión que incluyen alimentos, agua, madera y fibras; servicios reguladores que interfieren en el clima y la calidad del agua (inundaciones, sequías), causan enfermedades y dejan residuos; servicios culturales que aportan beneficios recreacionales, estéticos y espirituales; y servicios de soporte como la formación del suelo, la fotosíntesis y el ciclo de nutrientes. La especie humana, aunque esté protegida de los cambios ambientales por la cultura y la tecnología, depende fundamentalmente del flujo de los servicios de los ecosistemas.

Paralelamente, los factores sociales, económicos y culturales no relacionados con los ecosistemas alteran la condición humana y muchas fuerzas naturales influyen sobre los ecosistemas. Aunque se enfatice la relación entre los ecosistemas y el bienestar humano, la misma reconoce que las acciones del hombre que influyen sobre los ecosistemas provocan preocupación por el bienestar humano y por el valor intrínseco de las especies y esos ecosistemas. El valor intrínseco es el valor inherente a alguna cosa por sí misma, independientemente de su utilidad para otro (MA, 2005: 10).

Es obvio que este debate no puede quedar afuera de las reflexiones de los sectores económicos y principalmente del sector turístico, considerando su relación con el ambiente y los recursos naturales.

El turismo como actividad económica utiliza recursos que son su “materia prima”, pero a diferencia de los demás procesos productivos los “consume” en su propio lugar de origen y de forma normalmente intangible, sin que exista en principio agotamiento sino la permanencia de los recursos como bienes de mercado (Pires, 2003: 231)

Es primordial el interés del turismo por la naturaleza y evidentemente por el desarrollo sustentable, dado que es una actividad que “vende” el medio ambiente tanto físico como humano. La integridad y continuidad de estos “productos” resulta una gran preocupación para el turismo (Murphy & Price, 2005). Por eso, en este sector se discute desde hace tiempo la manera de “compensar” financieramente los problemas ambientales y el uso de los recursos.

Según Riera Font (2000) el debate en turismo sobre las cuestiones económicas relacionadas con el ambiente ya aparecen en 1949 en la carta de Harold Hottelling donde se discutía el “Método de Costo del Viaje”. Este método permitía calcular el valor de los servicios recreativos de un Parque Nacional con la simple contabilización del uso. Preveía que cada individuo que visitara un parque pagaría un costo de acceso y otro por las ofertas de recreación. Los primeros estudios sobre este método surgieron en la década de 1960 y discutían los problemas de acceso al uso de los recursos hídricos y a la propiedad de la tierra con la finalidad de determinar criterios de racionalidad, eficiencia

y equidad de las intervenciones públicas. En la década de 1970 el principio del Método fue útil para medir el flujo de servicios recreativos ofrecidos en áreas naturales. Luego fue usado para medir los costos de los flujos de visitantes y la calidad ambiental. En los años siguientes buena parte de los estudios realizados abordaron la cuestión de la calidad ambiental.

En el sector del turismo estos debates representan marcos que remiten a las preocupaciones por la valoración económica del ambiente natural. En esta dirección existen reflexiones e iniciativas que incluyen el debate sobre los impactos ambientales provocados por la actividad turística: el costo del paisaje; el cobro del uso de áreas naturales y otros recursos ambientales, que promovieron la definición de soporte de las áreas naturales; la fijación de precios y el costo del uso turístico; entre otros. Para Holden (2003) en la década de 1990, centrada en el crecimiento económico y la modernización (política que generó costos o la destrucción ambiental), mermó el número de turistas porque notaron una pérdida en la calidad ambiental (España, Caribe). Generalmente, debido a la complejidad del turismo que abarca muchos interesados es difícil hablar de una ética ambiental (conservación) homogénea.

El turismo, como cualquier otra actividad socioeconómica involucra el uso/explotación de muchos recursos naturales en su desarrollo y se puede afirmar que en la mayoría de los casos la viabilidad del turismo depende directamente del ambiente y los ecosistemas. Esta dependencia no ocurre sólo en la perspectiva de uso (transformación y fabricación) para obtener “materias primas” y productos como sucede en otras actividades, sino en la conservación de éstos para crear “valor” al “atractivo turístico”. Un ejemplo es la explotación de los paisajes naturales (conservados) que representan uno de los elementos más importantes de la oferta de tipologías turísticas. Este es el caso del ecoturismo, el turismo de naturaleza, el turismo rural, entre otros que usufructúan el paisaje y los recursos naturales. Marques & Comunne (1995) dicen que la lógica en el turismo es diferente a la lógica de otros sectores, pues en una economía de mercado son los mecanismos de los precios los que permiten atribuir valor a los bienes y servicios; y esto implica un mercado en el cual los propietarios puedan vender a mejor precio. Los recursos turísticos no son vendidos en el mercado, es decir que no tienen precio.

Holden (2003) afirma que en el turismo un destino se encuentra en etapa de madurez del desarrollo cuando vincula las cuestiones económicas de las políticas de desarrollo del turismo con los costos ambientales del uso de recursos. Por lo tanto, la consciencia de la necesidad de enfatizar la conservación es cada vez más evidente.

MODELOS Y MÉTODOS DE VALORACIÓN ECONÓMICA AMBIENTAL EN EL TURISMO

Existen algunas prácticas de valoración económica ambiental que pueden ser relacionadas con el turismo. En este artículo se presenta la adaptación de la valoración económica del ambiente sugerida por Costanza et al. (1997), que está compuesta por Valor de uso, Valor de no uso, Valor de opción y

Valor de existencia; y la propuesta de la Evaluación Ecosistémica del Milenio que indica cuatro categorías de pago de los servicios ambientales: Servicios de provisión, Servicios reguladores, Servicios culturales y Servicios de soporte (MA, 2005).

A partir de los estudios de Costanza et al. (1997) se pueden estimar los valores de los bienes y recursos ambientales y los impactos ambientales ocasionados por la actividad turística, no captados por el mercado. También es posible medir la disposición de la sociedad y de los individuos que la forman para pagar por la preservación o conservación de los recursos y servicios ambientales. Se puede afirmar que el valor económico de los recursos ambientales ha sido desagregado en: Valor económico total (VET) = Valor de uso (VU) + Valor de no uso (VNU) + Valor de opción (VO) + Valor de existencia (VE) (Cuadro 1).

Cuadro 1: Valor económico total (VET)

Valor económico total (VET)	Valor de uso (VU)	Apropiación directa de los recursos ambientales como: extracción, visitas, producción o consumo directo.
	Valor de no uso (VNU)	Beneficios generados por las funciones de los ecosistemas, como: regulación del clima, control de erosión, ciclo de nutrientes, tratamiento de residuos, etc.
	Valor de opción (VO)	Intención de consumo, directo o indirecto, del bien ambiental en el futuro.
	Valor de existencia (VE)	Se refiere a cuestiones morales, culturales, éticas, en relación a la existencia de los bienes materiales.

Fuente: Basado en Costanza et al. (1997)

El VU en turismo estaría asociado a las actividades desarrolladas en el ambiente natural como visitas, caminatas, actividades en la naturaleza y deportes extremos. El VNU estaría asociado a los beneficios que las funciones ecosistémicas aportan a la región en la cual puede desarrollarse la actividad turística como los parques nacionales, donde el mantenimiento de los ecosistemas contribuye a la regulación del clima, la protección del agua, etc. El VO representa aquello que es atribuido en el presente para que en el futuro puedan ser utilizados los servicios prestados por el medio. Se trata de un valor relacionado con los usos futuros que pueden generar alguna forma de beneficio o satisfacción a los individuos, como el beneficio farmacéutico de las plantas que aún no ha sido descubierto. El VE de la actividad turística se caracteriza por ser un valor atribuido a la existencia de propiedades del medio ambiente independientemente del uso presente o futuro. Se trata de un valor atribuido a ciertos recursos ambientales como florestas y animales en extinción simplemente por su existencia. Se lo asocia con una postura moral, cultural o ética en lo que respecta a los derechos de las especies no humanas o a la preservación de las riquezas naturales.

La valoración económica de los recursos ambientales utilizados para la práctica y desarrollo de la actividad turística en base a la propuesta de Costanza et al. (1997), implica considerar tanto los atributos económicos como los sociales y los éticos. En la práctica no siempre los valores económicos oriundos de los ingresos por la visita a los parques nacionales o las tasas cobradas para la práctica de deportes extremos consideran los valores de no uso, de opción o de existencia. La

medición de esos valores en especie monetaria es bastante complicada. Los estudiosos del área de la economía ambiental presentan algunas propuestas de métodos que pueden ser utilizados para estimar un valor monetario adecuado al valor económico total de los recursos ambientales utilizados por la actividad turística.

En la propuesta de la Evaluación Ecosistémica del Milenio (Cuadro 2) se destacan cuatro categorías de pago de los servicios ambientales: Servicios de provisión, Servicios reguladores, Servicios culturales y Servicios de soporte.

Cuadro 2: Evaluación Ecosistémica del Milenio

Evaluación Ecosistémica del Milenio	Servicios de provisión	Abarcan la provisión de alimentos, agua, madera y fibras.
	Servicios reguladores	Se refieren a aquellos servicios que afectan el clima y la calidad del agua.
	Servicios culturales	Se refieren a beneficios recreacionales, estéticos y espirituales.
	Servicios de soporte	Relacionados con la formación del suelo, la fotosíntesis y el ciclo de nutrientes.

Fuente: Basado en MA (2005)

Cuando se analiza la propuesta de la Evaluación Ecosistémica del Milenio – MA (2005), se verifica que el desarrollo de la actividad turística no “remunera” los servicios prestados por los recursos naturales (servicios de provisión, reguladores y de soporte). Aunque las personas se benefician con los servicios prestados por los ecosistemas como la regulación de la calidad del aire y el agua y la presencia de un paisaje estéticamente agradable, no existe un “mercado” para estos servicios y no se cobra una “remuneración” por las actividades realizadas en la naturaleza como en el ecoturismo y el turismo de naturaleza. Cuando hay degradación o impactos negativos originados por el turista no existe una compensación por los daños sufridos. Si un grupo de turistas provoca un incendio en un parque nacional que destruye gran parte del ecosistema, ocasionaría un daño irreparable e invaluable en términos económicos.

Buscando garantizar la gestión sustentable de los ecosistemas el MA (2005) propone algunas soluciones basadas en cambios radicales en las instituciones y la gobernanza, las políticas y los incentivos económicos, los factores sociales y de comportamiento, la tecnología y el conocimiento. Para garantizar la gravedad de los problemas se sugieren acciones relacionadas con una mayor transparencia e imputación de responsabilidad al gobierno y al sector privado en la gestión de los ecosistemas, eliminación de subsidios perversos, mayor uso de instrumental económico y de abordaje basados en el mercado, delegación de poderes a grupos que dependen de los servicios de los ecosistemas o que son afectados por su degradación, desarrollo de tecnologías que permitan mayor rendimiento del uso del suelo sin impacto sobre el medio ambiente, recuperación de los

ecosistemas e incorporación de los valores no comerciales de los ecosistemas y sus servicios a las decisiones gerenciales.

El MA (2005) propone como forma de valoración económica de los recursos naturales utilizados por la actividad turística: a) la cobranza de impuestos o tasas al usuario para actividades con costos “externos” como el ecoturismo; b) la creación de mercados incluyendo sistemas de fijación de un límite máximo de emisiones acompañado de un mercado de libre intercambio de títulos de derecho de emisión, como ocurre con el mercado del carbono; c) el pago de los servicios de los ecosistemas (actividades de conservación pagadas por los desarrolladores para compensar los daños que un proyecto causa a la biodiversidad); d) mecanismos para permitir que las preferencias del consumidor sean expresadas a través de mercados (programas de certificación para la práctica pesquera y forestal que permitan promover la sustentabilidad mediante la elección de los consumidores).

Algunas intervenciones en cuanto a la valoración social de la actividad turística en base a la propuesta del MA (2005) son: a) medidas para reducir el consumo total de los servicios de los ecosistemas gerenciados de forma no sustentable incluyendo acciones gubernamentales (programas de educación y concientización del público o promoción de la gestión orientada a la demanda) y de la sociedad civil (a través de la concientización del público); b) comunicación y educación; c) delegación de poderes a grupos de interés particularmente dependientes de los servicios de los ecosistemas o afectados por su degradación, inclusive mujeres, pueblos nativos y jóvenes.

Estas acciones pueden suplir la necesidad de estimar un valor social para el desarrollo de la actividad turística porque involucran al gobierno y a la sociedad. Sin duda uno de los caminos para el establecimiento de valores sociales para la actividad turística es la educación de los usuarios y de la sociedad en su conjunto. Los valores son intrínsecos a la sociedad y representan la base ética para el desarrollo del turismo sin perjuicios al ambiente natural.

De acuerdo con Maia, Romeiro & Reydon (2004) las técnicas de valoración pueden ser divididas en métodos indirectos y directos. Conforme los autores citados en los métodos indirectos se incluyen la productividad marginal y los métodos basados en mercados de bienes sustitutos (costos evitados, costos de control, costos de reposición, costos de oportunidad); y los métodos directos están constituidos por la Disposición a Pagar o DAP indirecta (costo de viaje y precios hedónicos) y DAP directa (evaluación contingente). En este artículo serán abordados sólo los métodos de valoración directa considerando que buscan obtener el valor del recurso a partir de las preferencias de las personas valiéndose de mercados hipotéticos o de bienes complementarios para obtener la disposición a pagar (DAP) de los individuos.

Método de Valoración Contingente (MVC)

Según Andrade (2008) la técnica de valoración ambiental más controversial es la evaluación contingente. Esta técnica ha sido utilizada en estudios ambientales en Brasil dada su capacidad para captar todas las fracciones del valor económico de los recursos ambientales (incluso el valor de existencia). Está regida por el principio de estimación de una DAP o por la disposición a aceptar o a recibir (DAA o DAR) de los individuos y estos principios serán capaces de mantener inalterado el nivel de utilidad de los recursos ante la variación de la disponibilidad ambiental. La función de utilidad no es observable directamente mientras que la DAP y la DAA son estimadas en base a los mercados hipotéticos cuya simulación ocurre vía investigación de campo (*surveys*).

Motta (1997) afirma que el MVC busca simular escenarios cuyas características estén lo más cerca posible de las existentes en el mundo real, mostrando que las preferencias reveladas en las investigaciones reflejan decisiones que los agentes tomarían de hecho si existiera un mercado para el bien ambiental descrito en el escenario hipotético. Las preferencias desde la perspectiva de la teoría económica deben ser expresadas en valores monetarios. Estos valores serían obtenidos a través de datos sobre cuánto estarían dispuestos a pagar los individuos para garantizar el bienestar o cuánto estarían dispuestos a aceptar como compensación por soportar la pérdida del bienestar.

La ventaja del MVC en relación a otro método de valoración es que éste puede ser aplicado en un espectro más amplio de bienes ambientales. No obstante, es criticado por su limitación para captar valores ambientales que los individuos no entienden o desconocen. Aunque sea capaz de medir el valor de existencia la aplicación del MVC no es trivial y puede generar resultados bastante sesgados (Motta, 1997). En turismo es como si se pudiera aplicar un cuestionario a los visitantes de un parque nacional solicitando que estimen cuánto estarían dispuestos a pagar para garantizar el mantenimiento de esos recursos naturales o cuánto estarían dispuestos a pagar como compensación por la pérdida de esos recursos naturales. Se puede observar que resulta difícil para los individuos establecer un valor monetario a algo que ellos no entienden o para lo cual no tienen parámetros de medición en el mercado, lo que estaría de acuerdo con la crítica que se le hace.

Método de los Precios Hedónicos

Según Motta (1997) la base de este método es la identificación de atributos o de características de un bien privado que sean complementarias de los bienes y servicios ambientales. Al identificar esta complementariedad es posible medir el precio implícito del atributo ambiental en el precio de mercado cuando se aíslan los otros atributos. El ejemplo más asociado a la valoración ambiental se relaciona con los precios atribuidos a las propiedades cuando éstas poseen diferentes niveles de atributos ambientales (calidad del aire, proximidad a un sitio natural, etc.). Cuando estos atributos son valorados por los individuos las diferencias de precio de las propiedades debido a su nivel de atributos ambientales deben reflejar la disposición de los individuos a pagar por estas variaciones.

Motta (1997) critica a este método porque capta sólo los valores de uso directo e indirecto y de opción. No se pueden medir valores de no uso puesto que cuando la demanda del atributo ambiental es cero, la demanda de propiedades con este atributo también es cero.

En turismo este método es adaptado al método del costo del viaje hedónico, el cual para Gazoni (2007) presupone que las personas eligen sus lugares de visitas no sólo por la diversión sino también por el bienestar proporcionado mediante la contemplación del paisaje, además de otros recursos. El método estima una función del costo del viaje en razón de las características socioeconómicas de los visitantes y de las características del lugar de la visita. O sea que el precio es atribuido de acuerdo con los atributos ambientales de un producto turístico. Si no existe este atributo, no habrá turismo y no podrá establecerse un valor. Esto implica que este método no considera el valor de no uso.

Método del Costo del Viaje

En la formulación de este método está previsto el cálculo de una DAP indirecta por el recurso natural al medirse los costos en que incurre el agente económico al visitar un área ambiental (playa o parque ambiental abierto a las visitas). Los beneficios no son directamente preguntados a los visitantes sino estimados por sus preferencias individuales en los mercados de bienes sustitutos. Dicho método consigue captar sólo las partes de uso directo e indirecto, considerando que sólo las personas que visitan el lugar forman parte del espacio muestral (Andrade, 2008; Maia, Romeiro & Reydon, 2004).

Para Motta (1997) el costo del viaje representará el costo de la visita al sitio natural. Cuanto más lejos del sitio natural viven los visitantes menos uso harán del sitio (menor número de visitas) porque la distancia aumenta el costo del viaje. En tanto que quienes viven más próximos al sitio lo usarán más (mayor número de visitas), pues el precio implícito de usarlo (el costo del viaje) será menor. Mediante la investigación realizada en el propio sitio natural a través de un cuestionario aplicado a una muestra de visitantes se relevaron los siguientes datos. Una cantidad menor de visitas realizadas a un lugar puede deberse a los gastos de la realización del viaje (alojamiento, alimentación, desplazamiento al lugar, compras, tiempo), como puede deberse a otras variables socioeconómicas (ingreso, edad, escolaridad) o de actitud (intereses, opiniones). Por medio de estos datos se construyó la función de la demanda de visitas al lugar de recreación usando los resultados del análisis de la regresión. Este método recibe críticas porque no contempla costos de opción y de existencia, visto que sólo capta los valores de uso directo e indirecto asociados a la visita al sitio natural, lo que hace que los individuos que no visitan el sitio pero presentan valor de opción o existencia no sean considerados.

Por otro lado, Gazoni (2007) afirma que el uso de este método puede ayudar al gestor por medio de la simulación de variaciones de los costos y la prevención de los impactos de la variación de la

demanda de visitas, posibilitando una interferencia en la intensidad de los efectos de las externalidades del fenómeno sobre los ambientes económico, ecológico y social.

Al analizar los métodos presentados Andrade (2008) dice que generalmente los métodos disponibles para el establecimiento de precios de mercado (real o simulado) no resuelven el problema de valorar los recursos naturales. Los métodos disponibles no ofrecen herramientas para estimar los costos del uso de los recursos (agotables) y las estrategias para la gestión de su explotación. Las técnicas más importantes de valoración ambiental deben ser capaces de responder: ¿Cuál es la pérdida (costo) de su agotamiento creciente? ¿Cuál es la ganancia de su uso sustentable? ¿Cuál es la escala máxima de uso de los recursos naturales? ¿Serían los beneficios obtenidos hoy sin poner límites al uso de los recursos, el costo social de las generaciones futuras que serían privadas de su consumo?

De acuerdo con Andrade (2008) se percibe que aunque haya avances en el debate y en las propuestas de métodos de valoración ambiental, éstas aún no logran seguir principios de transparencia, participación y equidad fundamentales para un proceso sustentable de gestión y uso de los recursos naturales. Lo que les falta a estos métodos es discutir y comprender la dimensión ética sobre el uso de los recursos en especial cuando se refiere al turismo, actividad multidisciplinaria que involucra una gran variedad de segmentos económicos.

Ante la cuestión ética en el turismo los aspectos de la valoración ambiental aún no han sido revisados junto a las empresas y el gobierno para que la reciprocidad entre responsabilidad y beneficio pueda ser mejor comprendida para ser cumplida. El conocimiento de las actitudes que abarcan la valoración ambiental puede generar bases para la gestión que consideren la calidad de la experiencia turística en el desafío del respeto a la conservación ambiental. Medir los beneficios y los costos de la utilización turística que son el uso, no uso, valor opción y existencia (Constanza, 1997) de los bienes naturales contribuye al análisis de la viabilidad y factibilidad tanto económica como social y ambiental de un producto o servicio turístico. Para Florit & Dreher (2009) es preciso reconocer que muchos de los paisajes valorizados por el turismo fueron física y simbólicamente contruidos sobre relaciones crueles y destructivas. De ese modo, en la lógica del valor de existencia, la defensa de paisajes y experiencias que atraen el turismo debería promover la reflexión sobre la historia que generó la configuración de la localidad receptora, considerando los intereses de quienes fueron y son descuidados en esta historia.

Desde el punto de vista del consumidor es fundamental comprender que el usufructo de lo que la naturaleza ofrece también es su responsabilidad y esto tiene un valor intrínseco, además del monetario. Mantener un paisaje por ejemplo requiere respeto por el ritmo y las características de la vida del ecosistema y esto puede no ser comprendido por los turistas o los que organizan y comercializan el turismo. Así, cuanto mayor es la transparencia del método de medición y fijación de precios, mejor será la credibilidad de la cobranza al público. No significa sólo la relación de la oferta y

la demanda turística, sino la comprensión de lo que cada una representa en ese contexto que involucra el ambiente.

Los métodos de valoración económica del ambiente, ya experimentados y presentados aquí, contribuyen al uso turístico. Se destaca que las propuestas poseen un punto de vista "económico" y siguen la lógica de este entendimiento. Pero éstas aún precisan ser constantemente articuladas con los otros aspectos (políticos, ambientales o ecológicos, sociales y culturales). Es esencial crear un valor por medio de un método específico para cada realidad turística y en este caso para la adaptación de los modelos es fundamental lo que la biodiversidad representa. Este valor puede ser aplicado para el mantenimiento del ambiente y puede ser un diferencial del mercado turístico, especialmente en cuanto a la aceptación por parte de sus consumidores. El turismo, sin importar el tipo practicado, si incluye al ambiente debe considerar las especies involucradas, los ecosistemas y la conservación genética.

CONSIDERACIONES FINALES

Como el objetivo de este artículo fue verificar cómo se enfrenta la valoración económica ambiental en las reflexiones del turismo, se afirma que hay pocos teóricos en este campo que se estén ocupando del tema. Los debates sobre ambiente natural y turismo aún se concentran en los impactos que la actividad ocasiona y en las posibilidades y modelos para revertir este problema.

Como el turismo es una actividad en creciente expansión en todo el mundo, los agentes de turismo y los investigadores académicos podrían encarar con más profundidad este tema, visto que la valoración de los bienes públicos naturales afecta directamente a la mayoría de los principales atractivos turísticos, cuyos atributos están directa o indirectamente ligados a la naturaleza y sus recursos.

Se presentaron algunos métodos como la sugerencia de adaptación a la realidad del turismo, el de Constanza et al. (1997) y la Evaluación Ecosistémica del Milenio – MA (2005), que pueden representar el inicio de los debates sobre el tema. Pero aún se necesitan mayores reflexiones y verificaciones prácticas sobre cómo adaptar estos métodos a las necesidades del turismo. Las organizaciones turísticas independientes del sector han lidiado con la valoración y fijación de precios de sus productos de acuerdo con las necesidades y la competitividad que exige el sector. En esta lógica, aún muy centrada en las exigencias económicas, hay que tener especial cuidado cuando se trata del ambiente natural.

La efectiva aplicación de los métodos presentados y debatidos por los ambientalistas y economistas aún precisa una mayor comprobación empírica y cambios que superen las críticas a los modelos existentes, considerando las dificultades para valorar los recursos ambientales sobre todo en cuanto a su valor de existencia. Florit & Dreher (2009) advierten que en el caso de la actividad

turística se apela a la naturaleza como un refugio donde el ser humano estaría protegido de los efectos nocivos de la civilización. Un lugar privilegiado para restablecer el equilibrio perdido. Con esta perspectiva se comercializan muchos ambientes naturales transformados en atractivos turísticos que priorizan las necesidades inmediatas de los visitantes en detrimento de la conservación ambiental y de la cultura local.

Debido a la complejidad del tema este artículo presenta sólo un pequeño fragmento de la reflexión que requiere el tema y quedan muchos espacios vacíos por llenar. Así, se sugiere la realización de nuevos estudios que puedan ampliar esta reflexión en el campo del turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amazonas, M. de C.** (2009) "Valor ambiental em uma perspectiva heterodoxa institucional-ecológica." *Economia e Sociedade* 18(1): 183-212
- Andrade, D. C.** (2008) "Economia e meio ambiente: aspectos teóricos e metodológicos nas visões neoclássica e da economia ecológica." *Leituras de Economia Política* (14): 1-31
- Costanza, R.; Cumberland, J.; Daly, H.; Goodland, R. & Norgaard, R.** (1997) "Ecological economics: an introduction". St. Lucie Press, Boca Raton
- Farrow, R. S.; Goldberg, C. B. & Small, M. J.** (2000) "Economic valuation of the environment: a special issue." *Environmental Science & Technology* 34(8): 1381–1383
- Florit, L. F. & Dreher, M. T.** (2009) "A construção social da natureza e suas implicações para a ética no turismo." *Turismo Visão e Ação* 11(1): 63-75
- Gazoni, J. L.** (2007) "Viagem aos comuns: valoração econômica da utilidade turística dos recursos ambientais de Itaúnas, Conceição da Barra/ES." *Turismo Visão e Ação* 9(3): 305-324
- Holden, A.** (2003) "Environment and tourism." Routledge, London
- MA - Millenium Ecosystem Assessment** (2005) "Ecosystems and human well-being: synthesis." Island Press, Washington D.C.
- Maia, A. G. & Pires, P. S.** (2011) "Uma compreensão da sustentabilidade por meio dos níveis de complexidade das decisões organizacionais." *Revista de Administração Mackenzie* 12(3): 177-206
- Maia, A. G.; Romeiro, A. R. & Reydon, B. P.** (2004) "Valoração de recursos ambientais – metodologias e recomendações." [Working Paper nº 116]. Instituto de Economia, UNICAMP, São Paulo
- Marconi, M. de A. & Lakatos, E. M.** (2007) "Fundamentos de metodologia científica." Atlas, São Paulo
- Marques, J. F. & Comunne, A. E.** (1995) "Quanto vale o ambiente: interpretações sobre o valor econômico ambiental." *Anais do Encontro Brasileiro de Economia*, Salvador, pp. 59-83
- Motta, R. S.** (1997) "Manual para valoração econômica de recursos ambientais." IPEA/MMA/PNUD/CNPq, Rio de Janeiro
- Murphy, P. E. & Price, G. G.** (2005) "Tourism and sustainable development." In: Theobald, W. F. (ed.) *Global tourism*. Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, pp 167-193

Pearce, D. W. & Seccombe-Hett, T. (2000) "Economic valuation and environmental decision-making in Europe." *Environmental Science & technology* 34(8): 1419–1425

Pires, P. S. (2003) "Interfaces ambientais do turismo." In: Trigo, L. G. G. (org.) *Turismo: como aprender, como ensinar*. Editora Senac, São Paulo, pp 229-255

Riera Font, A. (2000) "Mass tourism and the demand for protected natural areas: a travel cost approach." *Journal of Environmental Economics and Management* 39(1): 97-116

Spash, C. L. (1997) "Ethics and environmental attitudes with implications for economic valuation." *Journal of Environmental Management* 50: 403–416

Recibido el 02 de enero de 2014

Reenviado el 23 de marzo de 2014

Aceptado el 01 de abril de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

Estudios y Perspectivas en Turismo es una publicación que analiza al turismo desde la óptica de las ciencias sociales y constituye un foro interdisciplinario para la expansión de las fronteras del conocimiento en la materia.

Estudios y Perspectivas en Turismo contiene artículos arbitrados anonimamente que versan sobre los variados aspectos del fenómeno turístico: económico, social, geográfico, antropológico, ecológico, psicológico, etc.

Estudios y Perspectivas en Turismo cuenta con secciones fijas como por ejemplo:

- Documentos Especiales, que incluye ensayos al igual que trabajos esencialmente descriptivos considerados de interés para los estudiosos de la especialidad y reportes de investigación.
- Reseña de Publicaciones, pensada para dar cabida a comentarios de libros y de revistas que contengan temas relacionados con el turismo.
- Crónica de Eventos, donde se ofrece una síntesis de reuniones tanto de carácter nacional como internacional.

Estudios y Perspectivas en Turismo se encuentra indizada en:

C.I.R.E.T. // Latindex // Qualis // SciELO // Unired // Redalyc
EBSCO // DIALNET // Informe Académico y Academic OneFile

Ha sido incorporada al Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas por Resolución 1071/07 del CONICET y renovada por el período agosto 2010 - julio 2013, según nota del 24 de noviembre de 2010 de CAICYT - CONICET.