



ESCUELA DE GESTIÓN PÚBLICA

MÓDULO
Gobiernos Locales y su aporte al Desarrollo
del Turismo



Fundación Esquel

Quito, 20 de Septiembre 2010

MODULO
Gobiernos Locales y su aporte al Desarrollo del Turismo

Índice de Contenidos:

Presentación	3
Perfil del educador	4
Objetivos	4
Competencias	5
Lecturas complementarias	5
Ejercicios y actividades de evaluación	6
1. El turismo: conceptualización y características	7
2. Tipologías de turismo compatibles con la gestión del turismo local dentro del enfoque de responsabilidad	9
3. El turismo bajo el enfoque de Sistemas. Definición de producto turístico.....	17
4. Desarrollo turístico sostenible, turismo responsable y sostenibilidad local	21
5. Los impactos económicos, sociales y ambientales del turismo en la localidad... 25	
6. Importancia del Municipio en el desarrollo turístico local. Marco Legal en Ecuador	28
7. Requerimientos para el desarrollo turístico local	29
8. Beneficios de una gestión turística municipal sostenible	33
9. Niveles de Planificación y Gestión del turismo en relación con el ámbito local. Marco Institucional en Ecuador	34
10. Enfoque territorial: ordenamiento y planificación turística.....	37
11. Redes, asociativismo y mancomunidades municipales	40
Anexos	42
Anexo N°1 - Glosario de Términos	
Anexo N°2 - Presentaciones realizadas en el Curso-Taller	
Bibliografía	43

Presentación

En las últimas décadas se han dado grandes cambios en la sociedad: la globalización, el avance en las telecomunicaciones, el uso intensivo de la tecnología y de la información, la transformación del Estado, la creciente complejidad del contexto económico y social, la problemática ambiental, la conciencia sobre las inequidades y la situación de pobreza de diversas poblaciones y el ejercicio cada vez más activo de los derechos de los consumidores y de la ciudadanía en general. Todo ello ha hecho que el ser humano se vea obligado a cambiar su enfoque frente a los diferentes regímenes políticos, corrientes económicas y a actividades orientadas a la generación de ingresos, a la explotación de recursos, a las relaciones socioculturales y a tomar decisiones de forma más cuidadosa.

El desarrollo local y la sostenibilidad surgen como propuestas, dirigiéndose al cambio que se requiere por parte de las sociedades (y sus diversos actores: la empresa, los gobiernos locales, las instituciones en general y la propia población) considerando perspectivas económicas, ambientales, sociales, territoriales y políticas. A través de estos enfoques, altamente relacionados, se busca identificar las oportunidades para avanzar hacia un desarrollo sobre la base de la participación, la planificación, la utilización sostenible de los recursos, la construcción de alianzas público-privadas, entre otras múltiples acciones.

Dado que el turismo es un sector particularmente multidisciplinario (pues congrega diversas actividades, disciplinas, áreas empresariales, académicas y científicas, y en él convergen diversos elementos que tienen que ver con el entorno sociocultural, político, tecnológico, ambiental y económico) es sumamente relevante promover un enfoque de desarrollo local con visión integral, partiendo desde la sostenibilidad, hacia la inclusión de todos los agentes que forman parte del Sistema Integral de Turismo y las cadenas de valor que se pueden generar dentro de él.

En este módulo de capacitación veremos cómo el turismo, concebido como fenómeno social dentro de un enfoque sistémico, ha ido incorporando consideraciones de sostenibilidad y responsabilidad, en términos de trabajo dentro del propio sector en función a las relaciones profesionales y laborales empresa – proveedores – colaboradores internos - otras empresas – comunidades – sector público así como propuestas internacionales reconocidas como un aporte positivo para hacer que la ética forme parte del diario accionar de los agentes que en él intervienen y que la responsabilidad se reconozca, adopte y se ponga en práctica en las políticas y operaciones de estos negocios. Todo ello, orientado a la potenciación de los beneficios que pueden producir en el entorno local, a la construcción de relaciones armónicas y beneficiosas con las comunidades y otros sectores así como al uso, tanto sostenible como sustentable, de los recursos y atractivos que forman parte de determinada adscripción político-administrativa.

El módulo presenta una serie de consideraciones relacionadas con las responsabilidades y retos principales que atañen tanto al sector público como al privado, pero en especial a los gobiernos locales, que deben y pueden hacer del turismo una actividad que complementaria para su desarrollo, para la competitividad y para la mejora de la calidad de vida de las comunidades.

Se busca transmitir al participante, a través de los contenidos y lecturas complementarias, conceptos y casos de ejemplo que estimulen su pensamiento crítico, lo sensibilicen respecto a la actividad turística y lo acerquen a la gestión municipal del turismo, dentro de un enfoque de sostenibilidad local, regional y nacional.

Perfil del educador

María Luisa Rendón Puertas

- ❖ Especialista en Responsabilidad Social Empresaria para PYMES (Programa Valor AMIA-BID/FOMIN), Buenos Aires - Argentina.
- ❖ Especialista en Turismo Responsable: Cooperación para el Desarrollo (Universitat Oberta de Catalunya - UOC), Barcelona - España.
- ❖ Master en Administración y Dirección de Empresas y Master en Gestión de Ocio, Turismo y Tiempo Libre (Escuela de Administración de Empresas - EAE y Universidad Politécnica de Catalunya - UPC), Barcelona - España.
- ❖ Becaria del Programa Líder: “Inmersión en la realidad social española y las políticas de la Comunidad Europea” de la Fundación Carolina, Banco Santander Central Hispano y Fundación Rafael del Pino (II Edición/ España-Bélgica).
- ❖ Licenciada en Administración en Turismo (Universidad San Ignacio de Loyola), Lima - Perú.

Peruana, autora de los libros “Desarrollo Turístico Municipal” (Lima, 2006). Miembro de la Unión Iberoamericana de Municipalistas, la Red de Turismo Responsable y del comité editorial de la revista “Estudios y Perspectivas” del Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET-Argentina). Expositora, docente y consultora en proyectos de desarrollo turístico local (articulación de empresas, comunidades, organismos públicos y ONG). Experiencia de trabajo en Argentina, Brasil, Ecuador, España y Perú.

Ha trabajado en la planificación, ejecución y evaluación de proyectos sobre capacitación y formación de conciencia turística, desarrollo local sostenible, fortalecimiento de gobiernos locales y regionales, articulación de redes de turismo responsable y solidario, consumo responsable y cadenas de valor con la convicción de que el impulso y el desarrollo turístico parten de la planificación y participación coordinada del Estado, los gobiernos locales, las empresas, las organizaciones de la sociedad civil y en especial las comunidades locales.

A través de su experiencia laboral, cooperación y contacto con diversas instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales ha comprobado y enriquecido este planteamiento que expone en el presente módulo de capacitación.

Contacto y consultas: turismomunicipal@gmail.com

Objetivos

Objetivo general:

Que los participantes de los programas de capacitación de la Escuela de Gestión Pública tomen conocimiento sobre el turismo, sus implicancias, efectos y beneficios y puedan relacionar esta actividad con las responsabilidades, facultades y competencias que corresponden al ámbito de gestión local-municipal. Se busca, a través de esto, dinamizar la interacción coordinada e intersectorial del municipio y otros agentes locales así como generar redes de cooperación y coordinación para garantizar el desarrollo turístico sostenible.

De esta forma se espera contribuir a la descentralización, a la dinamización turística y, en especial, al desarrollo de propuestas de turismo con enfoque de sostenibilidad que contribuyan a elevar la calidad de vida de los pobladores locales.

Objetivos específicos:

- Aportar definiciones y aproximaciones conceptuales básicas sobre turismo.
- Ubicar a los gobiernos locales en el contexto turístico.
- Identificar los componentes principales del Sistema Integral de Turismo y los agentes que en él intervienen.
- Definir las actividades turísticas que se insertan en el desarrollo local para orientar la labor municipal.
- Conocer conceptos básicos relacionados con la sostenibilidad en turismo, con el turismo responsable y su aplicación en el ámbito local.
- Exponer tipologías de turismo para clarificar la base de trabajo de los municipios y los productos/ proyectos que puedan combinarlas con actividades tradicionales.
- Conocer los impactos y beneficios de la actividad turística en la comunidad, en la economía, en el patrimonio y la cultura así como en otros ámbitos.
- Identificar a los principales agentes implicados en el desarrollo local así como los niveles de coordinación y gestión para el impulso del turismo a nivel municipal, de asociaciones locales y de mancomunidades.
- Señalar líneas de acción para el impulso del turismo local e identificar proyectos locales o regionales de turismo (buscando la articulación público-privada).
- Impulsar la cooperación, asociación, formación de redes y mancomunación.

Competencias

Al finalizar este Módulo, el participante logrará las siguientes competencias:

- Comprender conceptos relacionados con turismo.
- Conocer la importancia del turismo para el desarrollo local sostenible y responsable.
- Distinguir los diferentes niveles del Sistema Integral del Turismo.
- Diferenciar tipologías de turismo y combinarlas (entre ellas o con actividades tradicionales) para fomentar la dinamización del destino y la diversificación en la oferta de productos turísticos.
- Identificar los factores básicos, impactos, beneficios y responsabilidades para el desarrollo de la actividad turística en el ámbito local.
- Identificar los diversos Niveles de Planificación y Gestión del Turismo.
- Fomentar la cooperación y coordinación entre el sector privado, el sector público, organismos del tercer sector (OSC) y la comunidad.
- Propiciar la asociatividad y la mancomunación entre municipios.

Lecturas complementarias

- Lectura 1 Código Ético Mundial para el Turismo
- Lectura 2 El turista y viajero responsable
- Lectura 3 Ley de Turismo de Ecuador
- Lectura 4 Reglamento General de la Ley de Turismo
- Lectura 5 Reglamento del Capítulo VII de la Ley de Turismo
- Lectura 6 Desarrollo Endógeno
- Lectura 7 Las teorías del Desarrollo Económico Local

- Lectura 8 Nuevas estrategias para el paradigma municipal
- Lectura 9 Turismo: Mercado y sostenibilidad ¿Cómo desarrollar el turismo desde los Municipios y las comunidades en forma sostenible?
- Lectura 10 Manual para la Formación de Mancomunidades Municipales
- Lectura 11 La gestión del turismo en municipios turísticos
- Lectura 12 Programa Turismo Social, Conociendo nuestra capital
- Lectura 13 Mancomunidad y Turismo
- Lectura 14 Plan de promoción de la imagen
- Lectura 15 Plandetur 2020

Ejercicios y actividades de evaluación

Ejercicio 1: Sistema Integral de Turismo aplicado al nivel municipal

Instrucciones:

- El trabajo puede ser realizado de forma individual o en grupos de 3 a 6 personas.
- Luego de haber visto el enfoque del SIT identificar sus componentes principales.
- Seleccionar un municipio en el cual se ubique un destino turístico o bien el cual posea recursos y atractivos de turismo y desarrollar cada uno de los componentes del SIT detallando aquello que se encuentra en el municipio seleccionado.
- Visualizar, a través de la realización de un gráfico del SIT, qué sectores económicos (tradicionales y no tradicionales) y de población participan del turismo directa e indirectamente, ubicándolos según sus acciones se orienten a la Infraestructura, Estructura/Planta o Superestructura de Turismo.
- Conocer los agentes implicados en el SIT e identificar en qué nivel o niveles se requiere actuar para promover el desarrollo del turismo en el municipio.
- Identificar los elementos del entorno que influyen en la Administración Turística que engloba al SIT.

Ejercicio 2: Identificación de proyectos de desarrollo municipal, proyectos mixtos (público-privados) e intermunicipales

Instrucciones:

- Formar grupos de mínimo 3 y máximo 6 integrantes.
- Cada grupo debe elaborar un listado de proyectos relacionados con el potencial turístico del municipio (se puede usar la lluvia de ideas para elaborar el listado).
- A través de puesta en común seleccionar solo 3 proyectos con mayor potencial para la localidad.
- Para estos 3 proyectos:
 - Identificar sus mayores beneficios y aportes.
 - Señalar los problemas / amenazas que podrían implicar o afectarlos.
 - Identificar los actores clave para su formulación, implementación y desarrollo.
- Finalmente, luego de comparar los 3 proyectos, realizar una votación grupal para seleccionar el proyecto más viable y positivo para el desarrollo turístico local/cantonal/intermunicipal.
- Exponer en una plenaria grupal el proyecto ganador, sus beneficios, requerimientos, implicancias y los agentes implicados.

Desarrollo de contenidos

1. El turismo: conceptualización y características

La actividad turística, por su crecimiento y dinamicidad, es una fuente de ingresos importante para el crecimiento y desarrollo de la economía de un país por las múltiples interrelaciones y aportes directos e indirectos que genera. El turista, al desplazarse de su lugar de origen, consume ocio, cultura, productos, bienes y servicios.

La realidad nos muestra que el turismo, si no considera una serie de variables e indicadores de impacto y es tratado como un fenómeno social, genera impactos socioeconómicos, ambientales y culturales negativos, muchas veces con efectos irreversibles o de muy lenta reconversión para el entorno y las sociedades que en él habitan.

El turismo es una actividad humana basada en una combinación de elementos tangibles e intangibles (productos, servicios y experiencias) propios del ejercicio del derecho al descanso, ocio y recreación de los seres humanos. Por naturaleza, es multidisciplinario, ya que implica la participación de diversos sectores de la economía y la sociedad.

Para identificar los elementos e interrelaciones que genera esta actividad, es adecuado conocer la definición que propuso el mexicano Oscar de la Torre Padilla (1981):

“El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”.

También incluye considerables implicancias políticas y legales generadas por el desplazamiento de individuos, desarrollo de destinos, producción de servicios y productos, entre otros aspectos requeridos en su realización.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), en 1991 ha precisado que *“el turismo comprende las actividades de las personas que se desplazan a un lugar distinto al de su entorno habitual, por menos de un tiempo determinado y por un motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado”*.¹ Esta definición fue ajustada en el año 1994, en el que la OMT indicó lo siguiente: *“el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”*.

Como expresan representantes de las Naciones Unidas: el turismo como fenómeno social, cultural y económico y de alcance mundial es una de las actividades de mayor crecimiento que contribuye al desarrollo económico y social de los pueblos en especial en la estrategia mundial de lucha contra la pobreza y debe reconocerse su importancia para la conservación de la diversidad biológica y cultural de los pueblos si se enmarca en el desarrollo sostenible.

¹ Conferencia internacional sobre “Estadísticas de Viajes y Turismo” Ottawa (Canadá), 1991.

Características del turismo en relación con el desarrollo local:

- El turismo es multidisciplinario, heterogéneo, estacional, volátil. Está condicionado por elementos diversos.
- En él se presentan condiciones de trabajo poco estables, alta rotación, polivalencia de funciones y existe una gran necesidad de capacitación y especialización para la planificación, gestión, operación y los servicios del sector.
- La demanda es independiente (mercado espontáneo y autónomo).
- Infravaloración y preconceptos a cerca de esta actividad (se desconoce su complejidad y su verdadero valor, su aporte está diseminado en diversos sectores y su prestación se basa en servicios caracterizados por la intangibilidad, la dispersión y la atomización).
- Existencia mayoritaria en el mercado turístico de PYMES, empresas familiares, informalidad. Gran atomización empresarial y, de otro lado, existencia de gremios y asociaciones diversas que muchas veces no tienen representatividad real.
- Alta intensidad en el uso de infraestructuras e instalaciones, competitividad, necesidad de aplicar tecnologías limpias, renovar estructuras e innovar constantemente en turismo (especulación de terrenos², inversión en capital físico en desmedro de la inversión en lo socio-ambiental).
- Funcionarios públicos con poca comprensión del fenómeno turístico dentro del enfoque de sostenibilidad/responsabilidad.
- Falta de idoneidad en los cargos públicos en turismo (en especial en instancias municipales).
- Carencia de planificación con visión de largo plazo, continuidad, competitividad, anclaje territorial y sostenibilidad.³
- Surgimiento paulatino de un marco social que propicie y potencie la profesionalización en turismo.
- Concentración de esfuerzos en elementos de inversión en infraestructura (necesidad de provisión de servicios básicos, acondicionamiento y puesta en valor de espacios y áreas de servicios públicos compartidos, etc.).
- El crecimiento de manera poco planificada y espontánea siguiendo un patrón de desarrollo de la oferta a partir de la demanda existente.
- Escisión: difícil o escasa coordinación intersectorial e intrasectorial.
- Centralismo, superposición, duplicidad de funciones y esfuerzos, disparidad de adscripción administrativa hacen complejo delimitar la injerencia de cada ente u organización en las actividades turísticas por lo que hay dificultades en la coordinación y en el apoyo efectivo al sector.

² La “gentrificación” propuesta por Saskia Sassen se hace relevante en este punto, ya que en muchos destinos turísticos los terrenos o los recursos en ellos valen más que las personas que los ocupan.

³ Muchas veces si existen instrumentos de planificación local (planes de desarrollo, planes estratégicos, etc., pero estos no se implementan o son manejados por determinadas áreas del municipio de forma excluyente, egoísta o desarticulada.) Se concibe estos instrumentos como elementos de poder y no como herramientas de información y trabajo coordinado.

- Exclusión de población local de los beneficios y el disfrute del turismo y otros servicios.⁴

Cuando se dan condiciones favorables, el turismo puede ser un interesante complemento al desarrollo sostenible insertado de una política global de desarrollo pero para ello es necesario incorporar en su planificación, gestión y operación una serie de metodologías y criterios relacionados con la sostenibilidad, la responsabilidad, la justicia, integridad y la autenticidad de los destinos y no descuidar los elementos que los conforman y los segmentos de población que se interrelacionan en ellos.

Es preciso que el turismo, como otros sectores, adopte políticas y prácticas basadas en la participación, orientadas al largo plazo y con un enfoque sistémico para aportar al desarrollo de las localidades en las cuales se desarrolla y no tratar sus problemas o potencialidades de forma aislada o con visiones parciales y de corto plazo.

Por otro lado, es necesario ser cuidadosos y no considerar al turismo como una actividad exclusivamente beneficiosa para los destinos ni sobrevalorar su capacidad de aportar al desarrollo, a la solución de problemas de pobreza, falta de empleo o la sobre/infra utilización de los recursos, ya que es una actividad que requiere medir y controlar sus prácticas y efectos y depende también del desempeño y buen funcionamiento de otros sectores y actividades tradicionales complementarias.

2. Tipologías de turismo compatibles con la gestión del turismo local dentro del enfoque de responsabilidad

La tipología del turismo está referida al estudio y clasificación de tipos de actividades que se practica en el sector de viajes y turismo. El turismo tiene múltiples subdivisiones ya sea por las motivaciones subjetivas que lo generan, el lugar de origen del turista o visitante, el tiempo de permanencia o estadía, el nivel de gasto, entre otras, por lo tanto, las tipologías que se presentan no son exhaustivas.

Las modalidades de turismo relacionadas con los criterios de sostenibilidad son aquellas que proporcionan al turista la oportunidad de “ponerse en contacto” con el entorno, ya sea natural, cultural o humano (social) y que al mismo tiempo, en su diseño, planificación y operación, consideran la medición y el control de los impactos de la actividad turística.

Seguidamente veremos una serie de clasificaciones del turismo, según diversos criterios, que van desde los más tradicionales hasta los más recientes. Toda tipología turística puede ser combinada con otra para dar como resultado un producto innovador y puede asociarse a actividades productivas tradicionales (como la agricultura, la pesca, la artesanía, etc.) que corresponda a la realidad y a las condiciones productivas de la zona⁵.

Cabe destacar que todos los tipos de turismo son susceptibles de convertirse en “sostenibles”, todo depende del compromiso que asuman sus planificadores y gestores, así como el nivel de capacitación y de ética que asuman, tanto directivos

⁴ Muchos modelos turísticos, por ejemplo los de sol y playa, desarrollan grandes complejos con todas las instalaciones de servicios para los visitantes, sin embargo, las poblaciones locales se encuentran excluidas del acceso mínimo a servicios básicos de calidad, políticas de empleo local, entre otros aspectos que modelos de turismo sean sumamente negativos por la exclusión y la escasa o nula sostenibilidad.

⁵ En ningún momento el turismo debe ser considerado con el único ingreso de la localidad, ya que es una actividad altamente volátil y con una demanda que tradicionalmente corresponde a patrones de estacionalidad que producen fluctuaciones en los flujos de turistas y visitantes.

como operarios, en la prestación de servicios, las relaciones comunitarias, la negociación con los proveedores, la inserción de buenas prácticas globales, la aplicación de códigos de conducta y una serie de medidas que pueden aportar a esta actividad el carácter de responsable y sostenible. Los tipos de turismo que encontramos en este rubro son: ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo rural, comunitario, agroturismo, turismo verde, solidario, ético, justo, vivencial, entre otros que veremos seguidamente.

Por su naturaleza

- **Turismo juvenil:** Está integrado por estudiantes y se ubica dentro del turismo social. Sobre él se puede decir que es un turismo protegido especialmente cuando se produce en el ámbito nacional; esta protección la pueden recibir del Estado o de entidades no gubernamentales y está orientada hacia los transportes y alojamientos. Tiene la facultad de conseguir ventajas especiales, reducciones de precios y tarifas reducidas (por volumen y según la temporada).
- **Turismo social:** Dirigido hacia la clase obrera o trabajadores (quienes perciben vacaciones remuneradas), los sectores de tercera edad y la juventud. Por lo general es subvencionado y promovido por el Estado. También denominado turismo popular; en él se encuentran los sectores que, por lo general, están menos favorecidos económicamente o cuentan con recursos económicos reducidos.⁶
- **Turismo sostenible:** Proviene de la definición en inglés de *sustainable development*, realizada por las Naciones Unidas en 1987, refiriéndose al término *sustainable tourism*, que se refiere al turismo que está en armonía con el ambiente físico, social y cultural, en el largo plazo⁷. El turismo sostenible por lo general se orienta hacia la pequeña escala de flujos de visitantes y es desarrollado de forma consistente con el futuro de las generaciones así como con las necesidades específicas de las generaciones presentes.

Por su origen

- **Turismo internacional:** También llamado receptivo. Incluye a extranjeros que por lo menos permanecen veinticuatro horas en el destino. Se divide en turismo emisor, egresivo o de exportación, en el cual los residentes de un país visitan otros; y en turismo receptivo o de importación, en el cual se identifica a los visitantes que llegan a un país en el que no son residentes, para desarrollar actividades turísticas.⁸
- **Turismo nacional:** Conocido también como turismo interno o doméstico. Es el turismo realizado por los residentes de un país que se desplazan realizando visitas a lugares que les son atractivos o despiertan su interés en el propio país.

⁶ Este turismo puede ser promovido o subvencionado por el Estado (a través de los organismos pertinentes) u organizaciones privadas que se interesen en él en determinadas ocasiones. En los últimos años su práctica se ha ido incrementando y genera un gran aporte sobre todo en las temporadas bajas o "fuera de estación".

⁷ Concepto adaptado de Medlik, S., "Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality", Butterworth-Heinemann, Oxford 1993, pp. 141.

⁸ Se considera residente al individuo que ha permanecido en dicho país por un período de un año o doce meses consecutivos, precedentes al momento de su entrada en otro país, por un período no superior a un año.

- **Turismo de exportación:** también llamado egresivo: nacionales que se trasladan a destinos del extranjero.

Por su implicación económica

- **Turismo activo:** favorece el fortalecimiento de la economía del país destino. Incrementa la obtención de divisas mediante la exportación de productos turísticos.
- **Turismo pasivo:** afecta negativamente la economía del país. Constituye fuga de divisas.

Por su volumen

- **Turismo de minorías:** para números reducidos de personas, por lo general de una a nueve personas, al cual se le conoce también como turismo individual o selectivo.
- **Turismo individual:** menor a nueve personas, cada individuo con un deseo particular que lo motiva a viajar.
- **Turismo selectivo:** Grupos reducidos de distintos estratos.
- **Turismo grupal:** Realizado por grupos de diez o más personas, por lo general con intereses comunes y cuya decisión de viaje está impulsada por motivos similares.
- **Turismo de masas:** Turismo de grupos organizados, caracterizado por la concentración de gran cantidad de personas y uso de transporte y servicios masivos, por lo cual se le conoce también como turismo masivo.

Por tipo de viaje

- **Turismo Independiente:** el turista organiza su viaje, adquiriendo cada producto por separado y definiendo de este modo su itinerario antes y/o durante el viaje.
- **Turismo Organizado:** también conocido como “todo incluido”⁹, es adquirido con un precio global, también llamado “paquete turístico”¹⁰.

Por su permanencia

- **Turismo Itinerante:** se caracteriza por la corta permanencia en cada uno de los destinos visitados. Normalmente desarrollada en circuitos turísticos organizados y/o independientes.
- **Turismo Residencial:** es de larga estancia: se caracteriza por la utilización de alojamientos extrahoteleros (residencias, apartamentos y condominios) e incluye estancias de dos semanas a más.

⁹ La modalidad denominada “todo incluido” (*all inclusive*), es aquella que surgió en los resorts vacacionales de sol y playa en los cuales se ofrecía un servicio que incluía todo: desde alimentación y hospedaje hasta propinas y gastos menores incluidos en un paquete turístico. En la actualidad la mayoría de establecimientos *all inclusive* continúan operando en una base similar que incluye el programa según el paquete y el segmento de mercado al que se dirigen (familias, novios, solteros, retirados-personas de tercera edad, entre otros).

¹⁰ Un **paquete turístico** se refiere al conjunto de servicios entre los que normalmente se encuentran incluidos: alojamiento, transporte, alimentación y visitas turísticas. Los diversos servicios detallados en un paquete específico se venden a un precio global y generalmente en un solo acto de compra.

Por la motivación que lo origina

- **Turismo alternativo:** Se aparta del masivo o tradicional; por ejemplo: de aventura, rural, ecológico, etc.
- **Turismo convencional:** también vacacional; se orienta a modalidades que combinan actividades de educación, cultura, placer, descanso, compras, sol y playa.
- **Turismo especializado:** de aventura e interés específico, muchas veces científico. Aventura: montañismo, kajak, etc.; ecoturismo; apreciación de diversas especies de flora y fauna, por ejemplo observación de aves o de alguna especie endémica en su hábitat (oso de anteojos, gallito de las rocas o de la peña, oso perezoso, cocodrilo blanco, pava aliblanca, otorongo, entre otros).
- **Turismo de afinidad:** también de interés común; motivos profesionales (forum, conferencias, debates, seminarios, asambleas de empresarios, etc.).

Por la modalidad de ocio

- **Turismo de aventura:** Se le conoce también como turismo deportivo y se distingue básicamente por el tipo de actividades que en él se realizan, las cuales exigen cierto grado de esfuerzo y propician la práctica de actividades físicas y el contacto con la naturaleza. Aporta una experiencia llena de eventos significativos y extraordinarios, que no tienen valor práctico o tangible. El deseo de explorar es físico e intelectual. Su base es el disfrute de la naturaleza, entrando en contacto con ella a partir de actividades en las que se requiere un esfuerzo leve, moderado o elevado, según la intensidad de la actividad y el entorno natural en la que se realice. Las actividades más comunes son el ski, ski acuático, surf, vela, ciclismo, montañismo o andinismo, caminatas (*trekking*), canopy, canotaje así como la práctica de ala delta, parapente, paracaidismo, submarinismo, etc.
- **Turismo ecológico:** Muchas veces se le denomina **ecoturismo**. The Nature Conservancy se ha sumado a la Unión Mundial para la Naturaleza en la adopción de esta definición del ecoturismo: *“Viajes ambientalmente responsables a las áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (y cualquier elemento cultural, tanto pasado como presente), que promueva la conservación, produzca un bajo impacto de los visitantes y proporcione la activa participación socioeconómica de la población local”*.

Los ecoturistas son personas que según la Sociedad Internacional de Ecoturismo *“viajan de forma responsable hacia áreas naturales, conservando el ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales”*.

Los expertos coinciden aseguran que el turismo ecológico es un turismo alternativo que puede subdividirse en:

- | | |
|---|--|
| - Ecoturismo | - Turismo de vida silvestre |
| - Turismo sustentable | - Turismo de áreas prístinas (<i>wilderness</i>) |
| - Turismo ambientalmente amistoso | - Turismo de "safari" |
| - Turismo de la naturaleza | - Turismo especializado (<i>designer</i>) |
| - Turismo rural | - Turismo "duro" (<i>hard</i>) |
| - Turismo verde | - Turismo de riesgo |
| - Turismo científico | - Turismo de aventura |
| - Turismo de "cabañas" (<i>cottage</i>) | |

- **Turismo especializado:** (visto también en la clasificación Por la motivación que lo origina). Es realizado por grupos de investigadores, científicos o aficionados quienes tienen como motivación principal la observación de aves o de algún tipo específico de fauna, flora o el conocimiento de un ecosistema que despierta su interés, ya sea por motivos profesionales o como pasatiempo. Por lo general son turistas de alto gasto, orientados a la investigación u observación, viajan con equipos especializados y son altamente compatibles con medidas de turismo responsable.
- **Turismo rural o agroturismo:** Se desarrolla a través de visitas y estancias a fincas, haciendas y zonas que permiten que el turista conozca las actividades del campo y participe en una serie de procesos de producción agrícola, ganadera, pesca y otro tipo de actividades de la vida cotidiana propias del ámbito rural.
- **Turismo vivencial:** Da la oportunidad al visitante de experimentar una serie de vivencias, interactuar con la comunidad receptora y emplear todos sus sentidos en una serie de actividades que lo acercan al ambiente y la cultura que está visitando, le permiten conocer a sus pobladores y desarrollar él mismo diversas acciones y opciones turísticas.
- **Turismo comunitario y/o etno turismo:** Se desarrolla en una comunidad que ofrece al visitante la oportunidad de conocer sus características y manifestaciones cultural y compartir una serie de valores característicos de una comunidad o etnia, por lo general de orígenes ancestrales. Este turismo, si es bien planificado, permite revalorar la cultural local así como aportar sentido de pertenencia e identidad a la comunidad. Su práctica exige estándares mínimos de calidad así como:
 - Guías expertos en las temáticas asociadas a la comunidad visitada (sistemas de organización, producción, tradiciones religiosas, costumbres, base étnica e histórica, etc.).
 - Planeamiento respecto a actividades especiales.
 - Trato social e interacción con las familias de la localidad (en lo posible desarrollar acciones de cercanía, confianza y cooperación).

Este tipo de turismo se puede combinar con la visita a atracciones turísticas convencionales, dependiendo siempre de los intereses del grupo de visitantes.
- **Turismo cultural:** es viajar para conocer, experimentar y, en algunos casos, participar en un estilo de vida desaparecido que está en la memoria humana o presente, que existe y es manifestado por una colectividad. En la actualidad es de especial atracción para los turistas el apreciar escenarios pintorescos y manifestaciones de culturas vivas (folklore y artesanías, danzas y músicas) en el área de destino. Se desarrolla por el interés especial en motivaciones culturales, como por ejemplo:
 - Recorridos artísticos e históricos
 - Visita a museos y galerías
 - Visita a lugares históricos y monumentos
 - Viajes con interés específico en participar en eventos culturales, entre otros.¹¹

Se puede realizar en:

- Bibliotecas, museos, exhibiciones.
- Espectáculos musicales, dramáticos o cinematográficos.
- Excursiones de estudio o cursos cortos.
- Escuelas y universidades para estudios e investigaciones más largos.

¹¹ Concepto adaptado de Medlik, S., "Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality", Butterworth-Heinemann, Oxford 1993, pp. 43.

- Expediciones científicas y arqueológicas, escuelas en el mar.
- Conferencias, congresos, juntas, seminarios
- Atractivos clásicos
- Posadas rústicas
- Festivales de trajes típicos
- Danzas folclóricas y demostraciones o ferias de artesanía

Sumamente ligado al turismo cultural podemos identificar otra tipología: el **turismo histórico/arqueológico**.¹²

- Se constituye en una de las motivaciones más fuertes para viajar.
- Alto nivel de compenetración del turista con el destino.

En la mayoría de lugares incluye la visita a museos, iglesias y catedrales y todos aquellos recintos que desataquen las “glorias del pasado”. En países como México, Guatemala, Ecuador, Perú, entre otros con fuerte presencia de culturas vivas y gran abundancia de patrimonio arquitectónico y culturas como la maya, azteca, inca y pre-inca, respectivamente, constituye el mayor atractivo para los turistas que los visitan.

- **Turismo gastronómico:** Esta es la clase de turismo que se produce en base a la comida y bebida con rasgos propios del lugar donde se da a conocer especialidades de la comida típica y ciencia del buen comer, que se pone de manifiesto en una serie de establecimientos locales, en festividades así como en eventos especiales de alta cocina. En esta modalidad se han generado flujos importantes de turistas que recorren rutas gastronómicas e incluso se ha subdividido en segmentos de expertos o aficionados a productos como el **enoturismo** (rutas del vino o de la vid), rutas del cacao, del café, entre otras. Por lo general se complementa otras motivación de viaje: actividades de compras, turismo cultural, entre otros tipos de turismo.
- **Turismo profesional:** Se ubica dentro de la organización de congresos y eventos y por lo general se dirige a los viajeros de negocios. Está conformado por acontecimientos programados, tales como encuentros, convenciones, simposios, foros, etc. en los cuales se propicia la interacción profesional y cultural de grupos, produciendo una importante repercusión económica y social.
- **Turismo religioso:** Es aquel que tiene como principal motivación la religión y por ella puede desarrollarse un evento, peregrinación o devoción religiosa que genere actividades turísticas afines.
- **Turismo termal o termalismo:** Se realiza en lugares que poseen aguas termales las cuales por lo general poseen elementos minerales y otras condiciones (como por ejemplo la temperatura) que les confieren propiedades medicinales. En el se produce la estancia en una hostería, centro termal o Spa (*Salus per Aquam*) en donde se ofrece una serie de servicio asociados con la medicina y el bienestar general (baños turcos, sauna, masajes, terapias de relajación, alimentación natural y saludable, etc.).

Nuevas enfoques de turismo asociados a la sostenibilidad

Existen otros productos de turismo y tendencias de la actividad que plantean propuestas y agrupan en ellas a viajeros con motivaciones que responden a aspiraciones de integración y sensibilidad con el ambiente. Estos turistas están motivados por compartir y aportar a las comunidades receptoras y al entorno. Dentro de ellas se combinan diversos tipos de turismo, que en vez de tratarse de tipologías se refieren a “filosofías” de viaje y a enfoques de sostenibilidad para guiar tanto a los operadores de turismo, como a las instituciones, empresas y emprendimientos,

¹² Si se centra en monumentos, restos, sitios arqueológicos y monumentos se denomina turismo arqueológico

turistas, comunidades y en general todos los agentes que intervienen en el Sistema Integral de Turismo.

Todas estas prácticas de turismo, si responden a los planteamientos del turismo sostenible y responsable, deben involucrar:

- ✓ Mutuo entendimiento
 - ✓ Respeto y aprecio
 - ✓ Intercambio
 - ✓ Experiencia
 - ✓ Reconocimiento
 - ✓ Logros humanos
 - ✓ Aprendizaje
 - ✓ Investigación
 - ✓ Identidad
 - ✓ Actividad cultural
 - ✓ Protección y/o preservación ambiental
- **Turismo sostenible:** El medio ambiente está conformado por el conjunto de recursos y ecosistemas naturales que influyen en el entorno, de los cuales se pueden obtener beneficios económicos y sociales para el turismo. Los problemas del medio ambiente deben ser considerados, ya que influyen en esta actividad causando tensiones en los sistemas naturales y creados, debido a la expansión, al desarrollo de la civilización, a los requerimientos humanos y productivos.

Como hemos mencionado, el turismo es una actividad que causa impactos directos, algunos sumamente positivos, pero otros que pueden ser negativos en todos los sectores de la economía así como en la cultura, en las costumbres de un pueblo y en el ambiente. El turismo es una actividad que requiere preparación, visión, profesionalismo y disciplina para evaluar su función y aporte a la humanidad y el entorno.

La mayoría de instituciones, empresas y organismos involucrados en la gestión y operación turística han incorporado, en las últimas décadas, el análisis de los aspectos negativos del turismo, especialmente, el tradicional y masivo, con el fin de buscar una alternativa a sus impactos, mayormente comercializados en paquetes estandarizados, excluyendo valores esenciales de sostenibilidad. De esta manera, ha surgido el llamado turismo alternativo, no convencional y el enfoque de turismo sostenible, cuyas bases van más allá de asegurar los aspectos económicos: se dirigen al cuidado del ambiente (ecología, biodiversidad) así como a la preservación del patrimonio, la identidad y diversidad cultural de las comunidades y del lugar que se visita.

La sustentabilidad implica uso racional de los recursos y continuidad en el tiempo, por lo que el turismo sustentable debe incluir la utilización eficiente de los recursos naturales así como la minimización de los impactos ambientales, culturales y sociales de todo emprendimiento y la maximización de los beneficios para la conservación del ambiente. Así también, debe considerarse medidas para el incremento de beneficios económicos y sociales para las poblaciones locales que, pese a ser "anfitrionas", muchas veces no participan del movimiento que generan los visitantes. Hoy se reconoce el potencial del turismo social y ambientalmente responsable. El turismo sostenible es una de las actividades que depende de la protección de los recursos naturales, en vez de su explotación sin control. La forma más conocida (y comercializada) de este enfoque es el ecoturismo, previamente descrito.

- **Turismo responsable:** Una de las propuestas más recientes y compatibles con el desarrollo sostenible es el turismo responsable. Esta es una tendencia que conjuga la

ética, la solidaridad, el ecologismo, el comercio justo,¹³ la responsabilidad social empresaria y el consumo responsable.

No constituye una tipología, pero si un enfoque. Se le puede definir como una actitud de viaje y una práctica empresarial u organizacional en la cual se toma en cuenta aspectos naturales, socio-culturales, económicos y políticos de un destino en con el propósito de aumentar los beneficios y minimizar los impactos negativos del turismo, contribuyendo al intercambio cultural positivo, a la generación de empleo digno, al respeto y al entendimiento entre viajeros y comunidades receptoras así como al logro de contribuciones para el desarrollo individual y colectivo.

El Turismo Responsable consiste en:

- ✓ Establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se han de considerar sus variables sociales, económicas y medioambientales.
- ✓ Denunciar impactos negativos que el turismo conlleva o puede ocasionar en las sociedades anfitrionas así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer.
- ✓ Valorar y promover la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas para favorecer modelos turísticos sostenibles, éticos, justos y solidarios.

De esta forma, el turismo responsable se perfila como una modalidad afín al turismo sostenible que implica instalar estos valores en cada destino turístico, teniendo en cuenta su contexto social, económico y ambiental. Minimiza los impactos negativos que el turismo masivo puede conllevar en las sociedades locales anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer y valora la responsabilidad de turistas, operadores turísticos, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer nuevos modelos turísticos. Del mismo modo, promueve el respeto a los turistas, la calidad en el servicio y una noción de intercambio digno y justo.

- **Turismo solidario:** Este tipo de turismo sostenible promueve el desarrollo de una actitud comprometida con los valores y problemas que presentan las comunidades receptoras o de acogida. En ellos se combinan actividades vacacionales y experiencias de cooperación y apoyo a la localidad visitada y sus pobladores. Presenta otra variación denominada turismo de voluntariado.

En muchos países es promovido en apoyo de redes locales, organismos de cooperación y ONG. Estas por lo general cuentan con un creciente nivel de credibilidad y de adhesión de miembros de la sociedad civil.

Se trata, en suma, de una sintonía social alentadora que ofrece facilidades a quienes están motivados a pasar unas vacaciones no tradicionales en las cuales, a través de sus acciones de apoyo, sean beneficiosas para las comunidades locales.

- **Turismo justo:** Está asociado a una nueva forma de producir o direccionar las relaciones de mercado, vinculado a la generación de cadenas de valor y el impulso de negocios inclusivos tanto en la “producción” como en la operación turística. Se relaciona también con un enfoque basado en la equidad social y económica, en las

¹³ El comercio justo se refiere a las relaciones comerciales basadas en el diálogo, la transparencia y el respeto mutuo, buscando una mayor igualdad, la redistribución de ingresos, generación de puestos de trabajo digno y otros postulados que se aplican en el comercio internacional.

retribuciones, en la redistribución así como en la reinversión de rentas generadas a partir del turismo (de los márgenes que se generan en cada una de sus fases).

Este movimiento busca la inserción de empresas y capitales locales-comunales en la industria turística a través del acercamiento de su producto a los mercados emisores sin la participación de terceros con el fin de que los ingresos producidos por el turismo lleguen directamente a las comunidades receptoras (en la justa medida) y logren, de esta manera, el desarrollo social y económico de los pueblos.

Se fundamenta en los conceptos de comercio justo y en la incorporación de principios de equidad no sólo en la actividad turística, sino en otras que pueden relacionarse con esta, como son las actividades agrícolas, artesanales e industriales para convertir al turismo en un instrumento de apoyo para luchar contra la pobreza, dignificar el trabajo y contribuir a elevar los niveles de calidad de vida de las poblaciones de acogida.

3. El turismo bajo el enfoque de Sistemas. Definición de producto turístico

Es preciso considerar que el turismo se desenvuelve en un entorno y que las condiciones de mercado se dan entre procesos dinámicos y en continuo crecimiento, tanto pasados como futuros, de la actividad turística originada por motivos de ocio, negocio, cultura, religión o salud, y sus poderosos efectos positivos y negativos en el medio ambiente, en la economía y en la sociedad de los países emisores y receptores, en las comunidades locales y en las poblaciones autóctonas así como en las relaciones y en los intercambios internacionales.

La concepción sistémica del turismo, basada en la teoría de sistemas y el enfoque de sistema abierto, parte de la propuesta de Neil Leiper¹⁴ retoma este planteamiento, lo aplica al sector turístico, precisa sus interrelaciones y lo hace más comprensible, a través de un modelo gráfico de carácter descriptivo. Es entonces que se describe al turismo, desde el punto de vista de la Teoría General de Sistemas, como un sistema abierto, en el cual se conjugan elementos, se dan intercambios y se generan impactos, integrado por cinco elementos que interactúan en el medio ambiente.

Los elementos básicos del Sistema Integral de Turismo son:

- a) La región generadora o de origen
- b) La región de destino
- c) La ruta de tránsito
- d) El cliente (turista)
- e) El sector turístico (principalmente a agencias de viajes y a las empresas locales que transportarán y prestarán servicios al cliente), dividido en Estructura, Planta y Superestructura turística.

El siguiente gráfico ilustra lo expuesto:

¹⁴ Leiper, Neil, "Toward a cohesive curriculum in tourism: The case for a Distinct Discipline", *Annals of Tourism Research*, vol. VIII, núm. 1, 1981.

Gráfico N°1: Sistema Integral de Turismo

Fuente: Organización Mundial de Turismo. Adaptación propia. Enero de 2006.

Existen diversas definiciones referidas al **producto turístico**, los componentes que integra y las interacciones que implica. A continuación algunas de ellas:

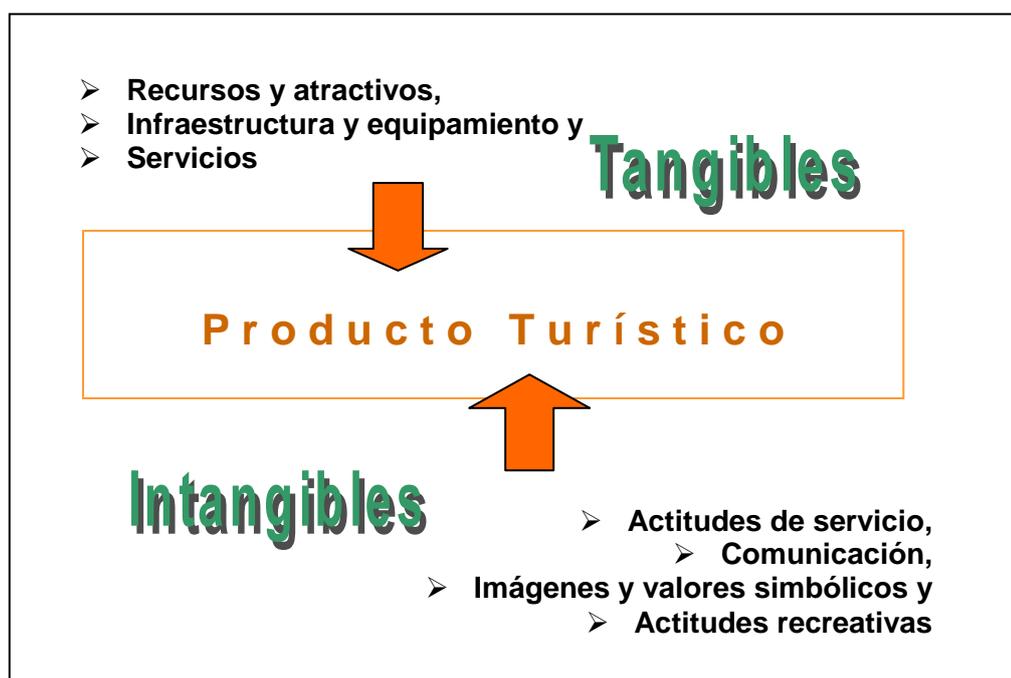
- El producto turístico es el **conjunto de atractivos, bienes, servicios, infraestructura, organizaciones y normal legales** que se orientan a satisfacer una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y "consumido" en el lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del cliente (turista) desde su lugar de origen (residencia habitual) a uno de destino y su posterior retorno al punto de partida.
- Producto turístico es un **sistema de componentes** ensamblados, capaces de hacer viajar a las personas para realizar actividades que satisfacen sus necesidades y motivaciones, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral.
- Un producto turístico es la suma de **elementos tangibles e intangibles**, basados en una serie de **actividades** en el destino, que es percibida por los viajeros como una **experiencia** y que es valorada a un cierto **precio**. Estos componentes pueden ser tangibles o intangibles (atractivos: bienes, servicios, experiencias) que

conjugados son capaces de **satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes** para hacer uso y disfrute de su tiempo libre.

- En el sentido más amplio, un producto turístico es el **conjunto de atractivos, equipamiento, servicios, infraestructuras y organizaciones** que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos y que además es así **percibido por el consumidor final** listo para la venta.

El producto turístico, al pertenecer a un sector de servicios, está configurado en base a una combinación de elementos tangibles e intangibles:

Gráfico N°2: Componentes tangibles e intangibles del producto turístico



Fuente: OMT-Secretaría de Turismo de México. 2004

El insumo principal de un producto turístico es el **atractivo**¹⁵, en torno al cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle la actividad turística en un espacio determinado. Por lo general se expresa como la **conjunción de servicios** en un destino o espacio geográfico y por una **imagen** que lo identifica o diferencia.

Una forma de visualizar el producto turístico y los elementos que lo conforman es identificando sus componentes bajo la visión de un destino turístico: el Sistema Integral de Turismo está formado por una serie de componentes, entre los cuales se encuentra el Producto Turístico.

Este, a su vez, se produce y está integrado por una serie de elementos que se muestran en el gráfico a continuación:

¹⁵Un recurso puesto en valor y acondicionado con la debida señalización, infraestructura, estructura turística y todas las medidas que le aporten tanto accesibilidad como facilitación turística para su uso y comercialización.

Gráfico N°3: Producto Turístico según el Sistema Integral de Turismo**Producto Turístico - Services**

Fuente: Caballero, Ricardo, "Turismo y ½ Ambiente", Greaths, Lima 1997. Elaboración propia.

En el **diseño del producto turístico**, dado el enfoque de sostenibilidad, **participan** (o deberían hacerlo) **diversos agentes**: empresas turísticas (de diversa índole y escala), administraciones locales, el Estado, los planificadores locales, la comunidad, profesionales que se desempeñan en proyectos de desarrollo local, etc.

Los más frecuentes en esta labor son dos:

a) **Empresas Turísticas**: dada su experiencia y conexión con en el mercado así como su necesidad de desarrollar la actividad turística a nivel de negocio y el conocimiento de las preferencias de los visitantes¹⁶, se dedican a esta labor. Los gerentes deben impulsar la modernización de los productos y servicios así como analizar y discutir los aspectos y retos (nuevas oportunidades y tendencias de mercado) principales del desarrollo de productos turísticos.

b) **El Estado**: debe asumir su responsabilidad y ejercer sus facultades para la gestión y adecuada administración y desarrollo de los bienes públicos. Asimismo, apoyar la creatividad y protagonismo de la actividad empresarial o privada en el sector turismo. La función estatal debe transmitirse a través de sus diferentes instancias y órganos así

¹⁶ La fuente más frecuente de información para las empresas turísticas es la retroalimentación que aportan los clientes. Los viajeros les transmiten ideas que deberían aplicarse cuando comparan con otros destinos o solicitan algún servicio.

como coordinarse con los gremios empresariales, hacer proyecciones de inversión atractivas basadas en estudios de tendencias de mercado y estudios de operadores de turismo mundiales, proporcionar cifras acertadas, emitir normativas y regulaciones e intervenir en la creación de productos turísticos sostenibles, en especial en zonas de desarrollo prioritario.

El principal planificador y gestor de los recursos, a nivel nacional, es el Estado. Este, a través de los organismos que lo integran así como los representantes y funcionarios de gobierno a nivel regional, provincial y municipal local, se encarga de las políticas de desarrollo turístico. Muchos Estados cuentan con oficinas especializadas de desarrollo y promoción turística las cuales en muchas ocasiones se orientan a la creación de atractivos, el desarrollo de productos turísticos, circuitos, rutas, corredores turísticos, etc. que tienen como objetivo fundamental contribuir al desarrollo sostenible y:

- ✓ Combatir la pobreza (extrema en determinadas zonas).
- ✓ Aportar medios para la descentralización
- ✓ Generar empleo y redistribuir equitativamente la renta
- ✓ Aprovechar y utilizar racionalmente los recursos
- ✓ Potenciar la identidad y vocación territorial local

Las acciones principales de los Estados y los organismos públicos como los municipios consisten en:

- Diseño y diversificación de productos turísticos.
- Conformación de circuitos turísticos.
- Impulso de la participación local
- Impulso de la comercialización para la conservación.
- Mejoramiento de las instalaciones para los visitantes.
- Hacer valer la administración turística.
- Relación con ciudades cercanas.

La **importancia** y utilidad **de desarrollar productos turísticos sostenibles y alternativos** en el ámbito local reside en:

- Contribuir al logro del desarrollo sostenible y sus objetivos.
- Responder aprovechar las nuevas tendencias de mercado (comercio justo, consumo responsable, contacto con la naturaleza, ecologismo, intereses especializados, turismo responsable, vivencial, rural, étnico, entre otros).
- Generar oportunidades de empleo y redistribuir la renta de forma equitativa.
- Estimular la creación y el acceso al mercado de pequeños emprendedores (MiPYMES).
- Aportar a la conservación y puesta en valor de la cultura local.
- Utilizar los recursos locales de forma racional y sostenible.
- Promover usos alternativos del suelo y de los recursos.
- Atraer y generar inversiones (locales y extranjeras) y promover la reinversión en el destino.
- Crear nuevos mercados y usos para los productos y servicios locales (diversificar la oferta).
- Creación de nuevas actividades turístico-recreativas que beneficien tanto a los turistas como a la población local (mejoramiento de la calidad de vida).
- Incrementar los ingresos de divisas y la recaudación fiscal a nivel nacional, así como aportar al desarrollo local.
- Evitar el declive de los destinos.
- Integrar componentes dispersos, generar valor y aportar calidad.

Realizar el Ejercicio 1 (página 6)

4. Desarrollo turístico sostenible, turismo responsable y sostenibilidad local

El desarrollo sostenible es un enfoque que surge a partir de la necesidad de plantear soluciones ante problemas que afectan a la humanidad y se traducen, de forma tangible o intangible, en el entorno, principalmente: la degradación del medio, la destrucción de ecosistemas, la pobreza extrema y el agotamiento de recursos.

Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas (Informe dirigido por la Dra. Gro Harlem Brundtland: *Our Common Future*) en 1987 lo definió como: "aquel que satisface *las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades*".

El turismo sostenible, aplicable de forma integral en todos los elementos que conforman el Sistema Integral de Turismo, según la Organización Mundial de Turismo, es aquel que "*satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege e incrementa las oportunidades para el futuro de las localidades en las que se realiza*".

Es concebido de tal manera que conduzca al manejo de todos los recursos de para que las necesidades ambientales, económicas y sociales puedan ser satisfechas, manteniendo a la vez la integridad cultural, armonía sistémica, estética, comodidad, protección de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida, entre otros elementos relacionados con lo natural y cultural.

Los agentes de desarrollo implicados en turismo pueden encontrarse en los siguientes segmentos de población y ámbitos institucionales:

- Administraciones nacionales, regionales y locales
- Empresas
- Asociaciones profesionales
- Trabajadores
- Organizaciones no gubernamentales
- Organismos de todo tipo del sector turístico y otros complementarios (por ejemplo el de transportes, el de telecomunicaciones, educación, salud, agricultura, energía, medio ambiente, entre otros)
- Comunidades receptoras
- Viajeros (en general turistas, excursionistas y visitantes)

Todos ellos, dependiendo dentro de su ubicación en la cadena de valor y el Sistema Integral de Turismo, poseen una serie de derechos y obligaciones y deben ejercer responsabilidades diferenciadas pero interdependientes en la valorización individual y social del turismo ya que las acciones e impactos de uno u otro pueden afectar la marcha del sector en general o contribuir de forma positiva al logro de objetivos de desarrollo, sostenibilidad, ética y responsabilidad.

El turismo sostenible contribuye al desarrollo local y al de las comunidades, a valorar su cosmovisión y cultura y a compatibilizar el ocio y la recreación a prácticas beneficiosas para las sociedades locales, reconociendo y protegiendo su diversidad así como para los entornos en los cuales se desarrolla, preservando los recursos y la biodiversidad a través de un uso y disfrute racional de los mismos.

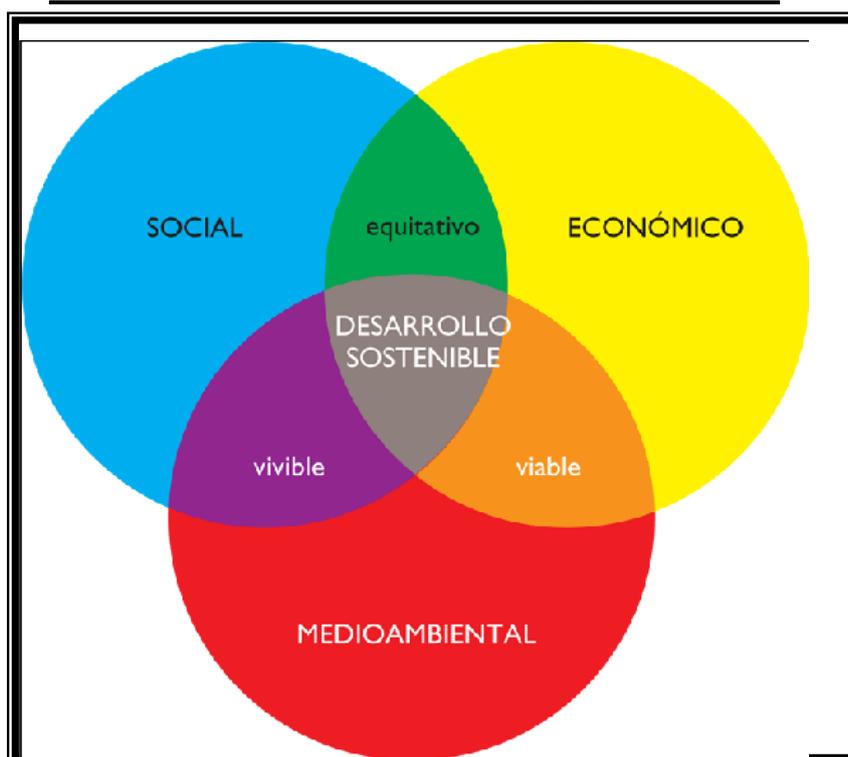
El enfoque conceptual del desarrollo del turismo sostenible incluye tres principios básicos (propuestos inicialmente por al UICN):

1) **Sostenibilidad ecológica:** El desarrollo deberá ser compatible con el mantenimiento de procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los recursos biológicos.

2) **Sostenibilidad cultural:** El desarrollo deberá dar al hombre más control de su vida, ser compatible con la cultura y los valores de la población afectada y mantener y fortalecer la identidad de la comunidad.

3) **Sostenibilidad económica:** El desarrollo deberá ser económicamente eficiente y los recursos deberán ordenarse de manera tal que sirvan también a las generaciones futuras.

Gráfico N°4: Elementos básicos de la Sostenibilidad



Fuente: UICN

Conjuga, además de estos tres pilares, elementos de ecoeficiencia¹⁷:

- Reducción o sustitución del consumo de materias primas e insumos.
- Reducción en el consumo de energía.
- Eliminación de riesgos e impactos ambientales y para la salud.
- Reutilización y reciclaje.
- Uso sostenible de recursos naturales.
- Mejoramiento de la calidad, durabilidad y funcionalidad del producto.

Y, según la Organización de Estados Americanos, el turismo sostenible debe incorporar un cuarto principio: la **sostenibilidad local**¹⁸, que tiene por objeto beneficiar

¹⁷ Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (por sus siglas en inglés WBCSD).

a las comunidades locales y sustentar la rentabilidad de sus emprendimientos. Este principio se ubicaría como marco global en donde se desarrollaría una serie de acciones globales para la sostenibilidad de los otros tres pilares. Este principio se ubica como marco global en donde se desarrollará diversas acciones para la sostenibilidad integral de los otros principios, teniendo como base algunos **factores**:

- a) Los territorios,
- b) Las sociedades que los conforman y
- c) Los agentes que en ellos interactúan.

El turismo sostenible posee ciertas **características** que deben ser consideradas tanto en la gestión de destinos como en la de empresas turísticas:

- Comportamiento del visitante que es consciente y de bajo impacto,
- Sensibilidad y aprecio con respecto a las culturas locales y a la diversidad biológica.
- Respaldo a los esfuerzos locales de conservación.
- Beneficios sostenibles para las comunidades locales.
- Participación local en la toma de decisiones.
- Componentes educacionales para el viajero y para las comunidades locales.

Como hemos mencionado, uno de los puntos más importantes en el turismo sostenible es lograr que las actividades involucren el menor impacto posible hacia la cultura, el ambiente y los recursos naturales y la muestra de este planteamiento son las **buenas prácticas en turismo sostenible**. Estas prácticas parten de una serie de principios basados en el sentido común, la responsabilidad, la ética y la toma de conciencia por parte de agentes del sector público o privado, con el fin de minimizar el impacto negativo de las actividades que realizan en los lugares que ejercen influencia y en los que se dan sus actividades principales. Pueden realizarlas también los clientes, es decir los turistas, al momento de realizar sus visitas ya sea en áreas naturales, culturales, históricas o al interactuar con las comunidades receptoras. Propician cambios en la manera de pensar y en la conducta de los visitantes de determinado destino así como en la forma de operar el turismo, a nivel sectorial y organizacional.

El turismo se desenvuelve dentro de los paradigmas de la economía de mercado, es por ello que existen muchos problemas derivados de las relaciones entre las empresas privadas, el ejercicio del libre comercio, la obtención de ganancias y beneficios propios de la actividad y el empleo. En respuesta para atender los problemas surgidos, es que se ha recurrido a propuestas fundamentadas en la ética y la sostenibilidad que transformen a las empresas y las relaciones de estas con los diferentes agentes que forman parte del turismo.

El **turismo responsable** propone que se conozca, interiorice y se ponga en práctica tanto la ética personal como la responsabilidad social empresarial (RSE). El manejo

¹⁸ Sostenibilidad turística local: al fomentarse una actividad turística local, sea de cualquier modalidad, se debe proceder a una evaluación de impacto para asegurarse de que esta actividad aportará beneficios a la localidad y no causará problemas ambientales o socioeconómicos serios. Ciertos beneficios socioeconómicos deben revertir sobre la sociedad y al mismo tiempo deben contribuir a la protección del medio ambiente.

del sector turístico comprende una serie de cuestionamientos y retos para lograr que la ética sea parte del accionar cotidiano y se desarrollen relaciones sinérgicas, intercambios productivos y aportes reales y beneficiosos a las comunidades locales.

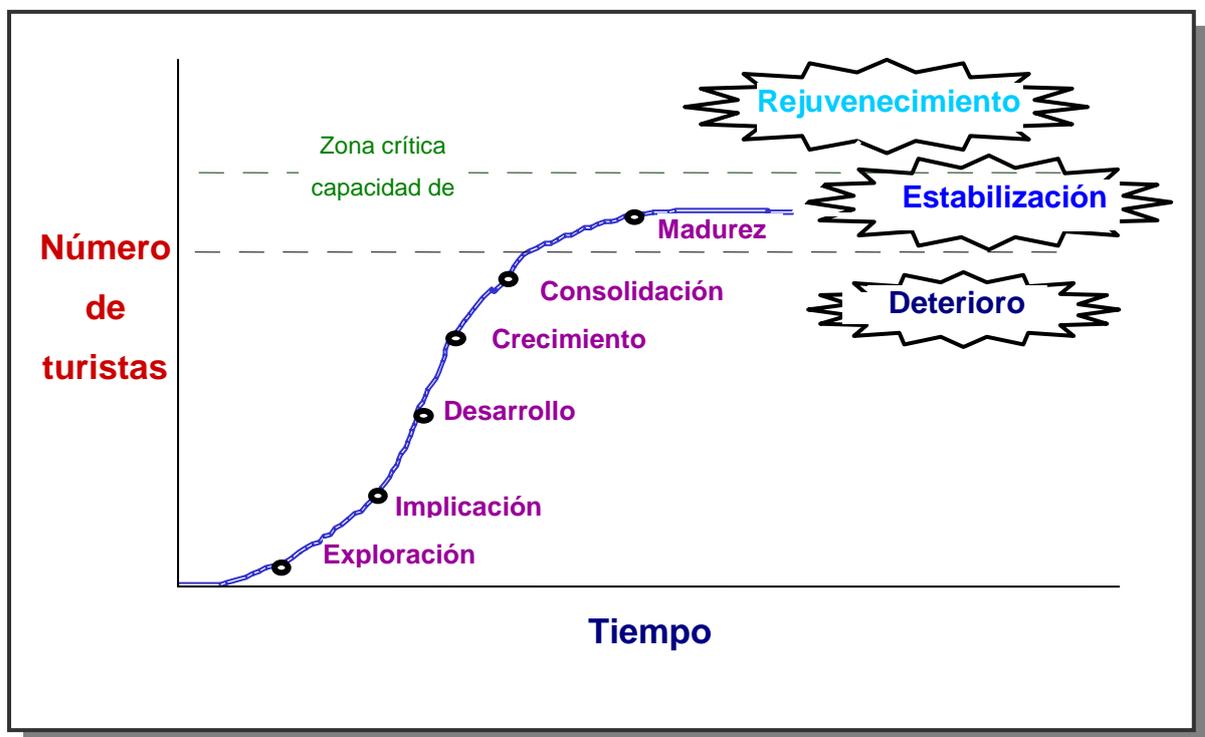
El turismo responsable propone un enfoque que guía las acciones de los operadores e instituciones que se dedican a implementarlo y representa una actitud de viaje conciente y comprometida con el ambiente y la sociedad. La clave se encuentra en la conciencia acerca de la fragilidad de las culturas y ambientes que son visitados y el compromiso que asumen los agentes que intervienen en turismo (viajeros, planta turística, sector público, etc.) para que la visita y acciones de desarrollo tengan efectos positivos y duraderos.

El turismo puede representar una verdadera herramienta de desarrollo y una contribución real a las comunidades locales a partir de intercambios culturales, aporte económico, apoyo financiero, humano y técnico para proteger el medio ambiente y revalorizar los recursos, entre otras múltiples sinergias.

5. Los impactos económicos, sociales y ambientales del turismo en la localidad

En toda localidad se presentan una serie de condiciones asociadas a la operación del turismo que corresponden a las etapas de desarrollo que atraviesa el o los productos turísticos del destino. En este sentido, es útil conocer el ciclo de vida del producto turístico y las fases por las que puede atravesar.

Gráfico N°5: Ciclo de vida del producto turístico (en los destinos)



Fuente: Etapas del ciclo de vida del producto turístico (Butler).

Las fases del gráfico del ciclo de vida del producto/destino turístico consisten en:

- Fase de **exploración**: solamente unos pocos turistas visitan el destino, por lo general lo hacen de forma casual o por encontrarse en los alrededores, visitando alguna ciudad vecina o un destino ya consolidado cercano.
- Fase de **implicación**: se inicia cuando el lugar empieza a ser visitado por grupos numerosos de turistas y surgen nuevos negocios e inversiones.
- Fase de **desarrollo**: se reconoce en la zona los beneficios reales del turismo. Se producen los cambios más importantes, se construye nuevas atracciones y equipamientos en función de las necesidades de los turistas. Esta fase es especialmente delicada. Debe tenerse en cuenta no solo los impactos económicos, sino también los impactos medioambientales y sociales. Es importante asegurar que la población local participe y se beneficie del desarrollo turístico.
- Fase de **crecimiento**: El turismo alcanza su máximo nivel en función de la infraestructura disponible y del potencial de mercado.
- La fase de **consolidación**: En este punto se introduce controles, planificación territorial y otras estrategias de gestión para controlar el crecimiento y sus efectos.
- Fase de **madurez**: El turismo empieza a estabilizarse. Normalmente, los impactos negativos del turismo se hacen evidentes mientras el destino entra en un periodo de estancamiento (si no se aplica la investigación, el desarrollo o la innovación).
- Fase de **deterioro**: si no se toman las medidas oportunas para rectificar la situación, el destino entrará en un declive que supondrá la destrucción y pérdida del atractivo del destino y de su producto turístico. Es aquí en donde si no se da reinversión y diversificación de la oferta se pierde el atractivo.

Para visualizar estos impactos veremos, a manera de ejemplo, una serie de **Etapas Comunes de Impacto Negativo del Turismo en el Patrimonio y las Comunidades** (ámbito local-comunitario):¹⁹

1) Llegan los primeros viajeros y exploradores

- Encuentran hospitalidad y amabilidad.
- Causan pocas ofensas y no hay intercambio de dinero.
- La comunidad receptora, según su grado de acercamiento a otros grupos o ámbitos, percibe a los viajeros con curiosidad.

2) Llegan más turistas y visitantes

- Se esparce la noticia de la hospitalidad y amabilidad de los locales.
- Los turistas le dan dulces y/o regalos a los niños.
- Los visitantes demandan comprar vestimentas y artefactos locales.
- La comunidad percibe a los viajeros como una fuente de ingresos a corto plazo y busca atenderlos.
- Se provee alojamiento, alimentación y recorridos a los turistas, en respuesta a lo que demandan, de forma desorganizada.
- Las relaciones se dan de forma espontánea e informal.

3) Los turistas y visitantes llegan regularmente

- Se trae alimentos para satisfacer la demanda de alimentación de los viajeros.
- Los niños piden dulces, dinero y/o regalos.
- Si se percibe una alta potencialidad turística hay fuertes inversiones en infraestructura hotelera y llegan los primeros operadores de turismo (por lo general surgen inversores foráneos).

¹⁹ Adaptado de <http://www.turisos.net/responsable/impactos.html>

- Se construye hoteles y muchas veces se da especulación de terreno.
- Se realiza construcciones desorganizadas e inversión espontánea en oferta comercial y turística.
- Se aprende y usa el inglés turístico y otros idiomas internacionales.
- Se usa cada vez más los recursos energéticos naturales (madera, combustibles líquidos) para cocinar y proveer luz y refrigeración para los turistas.
- Los pobladores locales comienzan a incorporar ciertos aspectos foráneos en su vestimenta, costumbres y modo de vida, en detrimento de lo local.

4) Aumenta la llegada de turistas y visitantes

- El lugar depende cada vez más del dinero de los turistas, muchas actividades tradicionales se abandonaron para dedicarse solamente al turismo.
- Los niños piden dinero, ropas, regalos y a veces son tentados con solicitudes sexuales por parte de los turistas.
- Las demandas energéticas aumentan poniendo presión sobre los recursos naturales locales, las descargas de las cloacas se convierten en un problema, lo mismo que la basura y otros residuos sólidos (su eliminación es problemática). Hay índices de contaminación.
- Se trae a la comunidad alimentos y bebidas foráneas para satisfacer las necesidades de los turistas.
- Se eleva los precios de productos locales y foráneos en especial a los turistas.
- La oferta turística y comercial es desordenada y hay una tendencia a construir más y más hoteles, restaurantes, centros de entretenimiento, bares, etc. sin emplear materiales autóctonos. Hay gran impacto visual.
- El transporte público local (mayormente el servicio de taxis y autobuses) comienza a acarrear problemas de competencia, desorganización, etc.

5) Las llegadas de turistas y viajeros se incrementan rápidamente y se atrae a mercados de forma no selectiva ni especializada

- Los miembros de la comunidad, incluyendo niños y adolescentes, se vuelven más agresivos en sus tratos con los turistas. Hay relaciones desiguales, aprovechamiento negativo.
- Con los turistas, puede establecerse el tráfico de drogas. Puede haber un aumento de la prostitución y en el consumo de bebidas alcohólicas, entre otras drogas.
- Las comunidades se vuelven cada vez más dependientes del turismo.
- Los estilos de vida y los patrones de trabajo cambian en los pueblos.
- Tanto la cultura como el ambiente sufren un impacto negativo que comienza a ser más notorio.
- Baja la calidad de vida de los pobladores locales y se dan fenómenos migratorios de foráneos en busca de trabajo para satisfacer la demanda de servicios de los turistas.

6) Los operadores de viajes y los turistas empiezan a buscar nuevos destinos que estén menos dañados y así “exportan” el problema a un área nueva donde empieza de nuevo el ciclo.

- Existe una oferta turística sub utilizada o abandonada.
- Los miembros de la comunidad y los migrantes enfrentan una situación de desempleo y falta de ocupación.
- Se cobra excesivamente a los pocos turistas que llegan o bien se da una “guerra de precios” que ve en proporción inversa a la calidad ofrecida a los viajeros.

- Se cuenta con recursos e instalaciones con poco o nulo mantenimiento.
- Se incrementan aún más los niveles de deterioro e inseguridad de la localidad.
- Existe extinción o uso irracional de recursos naturales con efectos irreversibles.
- El impacto en la cultura local es tan fuerte que se perdieron valores locales, rasgos característicos de la comunidad local, existe alienación y se ha perdido tanto el orgullo como el sentido de pertenencia.

Es preciso reconocer que determinadas opciones formas de desarrollo turístico pueden ser una forma de diversificar y complementar las economías locales, sin embargo el planificador y gestor del turismo debe siempre hacer partícipes a los actores locales y evaluar concertadamente si el turismo responde a la verdadera vocación de la localidad, si será verdaderamente positivo (evaluando sus riesgos, beneficios e implicancias en el corto, mediano y largo plazo) y significará un elemento de apoyo a la sostenibilidad y al desarrollo local.

6. Importancia del Municipio en el desarrollo turístico local. Marco Legal en Ecuador

Los municipios turísticos son aquellos que han ido incorporando progresivamente al turismo en su actividad económica. En ellos se concentra el uso y disfrute del territorio por parte de un considerable número de turistas y el turismo se convierte en la actividad económica predominante, especialmente en determinadas estaciones del año. Esto trae consigo una serie de actividades, servicios, infraestructuras, fenómenos de asentamiento de población vacacional así como nuevos patrones de conducta en la población residente. Estos municipios, llamados también ciudades o destinos turísticos, son localidades que presentan las siguientes características:

- Cuentan con una población permanente y una población flotante (esta última conformada por personas que acuden a la ciudad para abastecerse, realizar trámites y negocios o para frecuentar escuelas u otros centros de estudios, pero que difícilmente pernoctan en ella).
- La población permanente trabaja, al igual que en ciudades tradicionales y utiliza los mismos servicios que los turistas (cines, restaurantes, centros de entretenimiento y áreas públicas).
- Los turistas circulan en ellos buscando conocer la localidad y hacer uso tanto de las instalaciones como de los servicios de ocio y entretenimiento.
- La población permanente se recrea durante su tiempo libre y los turistas practican el esparcimiento compartiendo espacios locales compartidos (en la playa, en parques, en museos, áreas deportivas, en áreas comerciales, etc.).
- Tienen como función principal la administración de los recursos locales entre los cuales existen aspectos turísticos pues, como gobiernos locales, deben brindar servicios de cultura y recreación para la comunidad y los visitantes.

Los municipios son los organismos indicados para lograr el impulso del turismo a nivel local. Sus facultades legales, territoriales y los recursos que manejan los posibilitan para contribuir al desarrollo del turismo interno y a la transformación económica del país partiendo del ámbito local. Por ello, su labor posee gran importancia como fuente de descentralización y de promoción turística nacional.

La importancia del turismo en el ámbito local radica en los múltiples beneficios que esta actividad puede generar.

El turismo puede enriquecer a sus habitantes a través de:

- ✓ *Activación comercial*
- ✓ *Creación de centros de interpretación, centros deportivos y de entretenimiento, cines, teatros y restaurantes*
- ✓ *Mayor seguridad*
- ✓ *Restauración urbana*
- ✓ *Recuperación de áreas rurales*
- ✓ *Regeneración de áreas y espacios de uso público*
- ✓ *Obras públicas, iluminación, limpieza*
- ✓ *Mejoramiento de temas ambientales*

Con todo ello el poblador del municipio puede disponer de alternativas que anteriormente no tenía a su alcance. Esto constituye una razón más para que el turismo sea adecuadamente planificado y promovido especialmente por el gobierno local quien tiene facultades políticas y materiales para generar, gestionar e impulsar esta actividad, en cumplimiento de sus funciones establecidas por ley para el beneficio de la comunidad.

La relevancia de la acción municipal para lograr el desarrollo del turismo reside en que el éxito de los destinos turísticos no depende exclusivamente de una política nacional, sino del compromiso para el crecimiento local que está en las propias manos de quienes asumen el protagonismo en cada localidad.

El municipio no solamente es el órgano más cercano a la problemática local, sino también es la instancia más indicada para la dinamización, planificación del uso y aprovechamiento de los recursos, así como para la representación de las poblaciones locales y la satisfacción tanto de sus necesidades como la solución de sus problemas. Por ello se reconoce la responsabilidad del municipio para intervenir en la planificación del desarrollo del turismo local el cual está íntimamente ligado con el de su comunidad. Como afirma la Organización Mundial de Turismo: *“el ámbito local es más propicio que el nivel nacional o la escala regional para plantear políticas efectivas y proyectos concretos”*; esto se debe a que para el municipio, por sus facultades legales, su directa relación con la comunidad y sus recursos, lo local resulta más concreto, tangible y manejable, por este motivo es más factible planificar, diseñar, gestionar y controlar el turismo y compatibilizarlo con otras actividades locales.

7. Requerimientos para el desarrollo turístico local sostenible y responsable

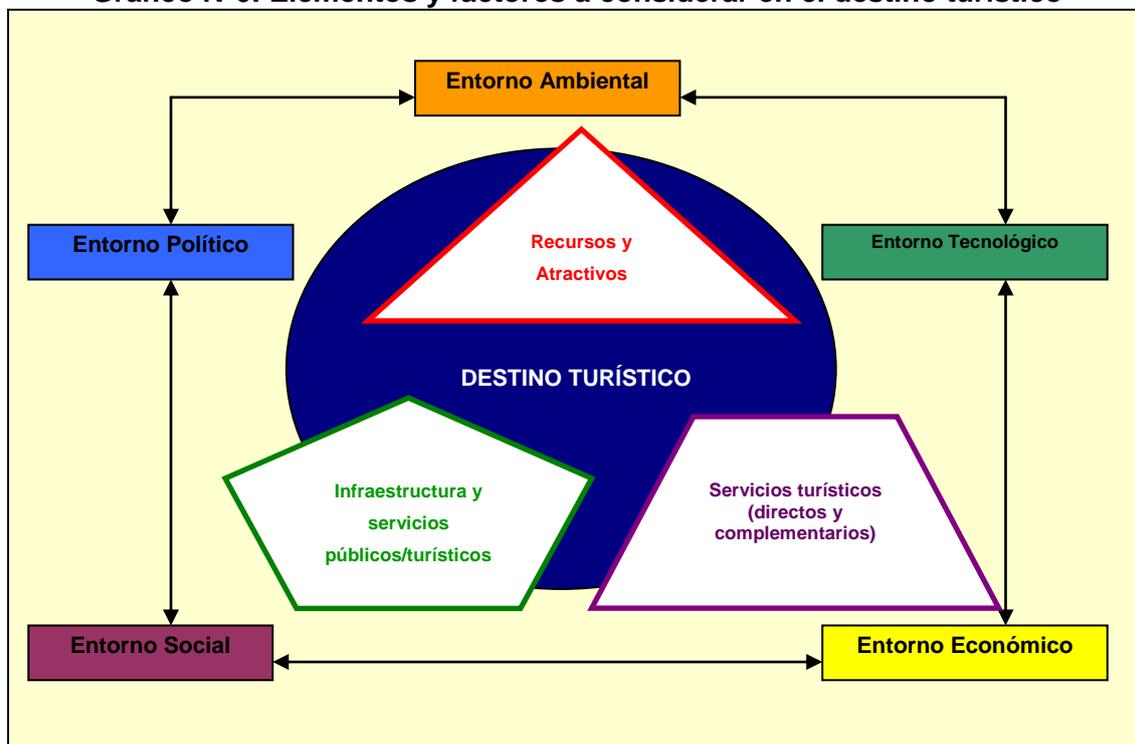
Para el impulso del turismo local es necesario:

- Reconocer la importancia que el turismo tiene para la localidad, asumirlo como un reto y llevar a cabo acciones dirigidas al desarrollo integral y sostenible de este sector.
- Fomentar la buena voluntad, el compromiso y la decisión de inversión (así como otorgamiento de mayor importancia y autoridad) por parte del alcalde, los regidores o aquellos funcionarios con mayor importancia dentro de la estructura político-organizativa local.
- Contar con la colaboración del sector público y del privado para realizar un trabajo conjunto y coordinado.
- Establecer mecanismos de coordinación y correlación de intereses que favorezcan un desarrollo armónico tanto a nivel local como regional y nacional.

- Integrar a la población en este proceso para que participe activamente en la planificación y el control de la actividad turística local.
- Señalar un horizonte común, una visión y objetivos de turismo a determinado plazo, tomando en cuenta al mercado (oferta y demanda).
- Conocer el Sistema Integral de Turismo.
- Desarrollar de productos turísticos basados en experiencias con énfasis en la calidad y en la identidad local.
- Estructurar acciones, competencias y responsabilidades dentro de los propios gobiernos locales para propiciar el turismo.
- Fomentar espacios de coordinación interinstitucional (comités multisectoriales, comisiones mixtas, etc.) e impulsar la articulación y consolidación de redes de trabajo (asociaciones, trabajo asociativo, mancomunación, hermanamientos municipales, etc.).
- Formar a profesionales en turismo (para que trabajen en el municipio o bien en las diferentes instancias y niveles de planificación y gestión que son requeridos).

Para el desarrollo de destinos turísticos se requiere conjugar diversos elementos que se encuentran en un entorno conformado por diversos factores:

Gráfico N°6: Elementos y factores a considerar en el destino turístico



Fuente: María Luisa Rendón, 2010

Cada uno de los organismos públicos tiene atribuciones específicas que tienen atribuciones para incluir en estos diversos elementos del entorno y del propio sector turístico. Sin embargo, en Ecuador, encontramos que la participación de diversas entidades públicas (con ámbitos de acción muchas veces superpuestos) no ha permitido un accionar conjunto y coordinado que ofrezca mejores resultados en la gestión pública del turismo y que se potencie de forma competitiva y sostenible el gran potencial turístico que tienen las diferentes regiones, naciones y ecosistemas. Más aún, la inconstante participación de muchos gremios privados (o su accionar aislado de la gestión pública) no ha contribuido a la consolidación del sector.

Los municipios están encargados de brindar servicios a la comunidad, entre los cuales se encuentran actividades recreativas, culturales y de esparcimiento que presentan ciertos elementos turísticos clasificados como servicios complementarios. Estas actividades se pueden ofrecer también a los turistas y visitantes así como a la población en general, con el fin de impulsar el turismo local, la participación ciudadana, la identidad, el sentido de pertenencia e intercambios enriquecedores en diversos sentidos.

Su intervención en el impulso de la actividad turística está respaldada por el marco legal vigente en el país. Como afirma la OMT, en el caso del turismo, se requiere la colaboración de las Administraciones Públicas, especialmente aquellas que tienen competencias que le afectan directamente.

Para lograr una mejora sostenida en el turismo local, es necesario combinar la inversión en capital físico (tecnología, infraestructura), con la inversión en capital humano (capacitación a los empleados e información a la población de la localidad) y en la investigación turística, todo ello con miras a contribuir a la ética, la sostenibilidad y la responsabilidad.

Las **responsabilidades principales** que están relacionadas tanto directa como indirectamente con el turismo en lo referente a **municipios** son:

- Representar a la ciudadanía, promover la adecuada prestación de servicios públicos locales, fomentar el bienestar de la población así como el desarrollo integral y armónico de las circunscripciones en su jurisdicción.
- Planificar, ejecutar e impulsar acciones destinadas a proporcionar al ciudadano el ambiente adecuado para la satisfacción de sus necesidades de vivienda, salubridad, educación, recreación, transporte y comunicaciones. Para ello puede utilizar los propios recursos municipales o coordinar dichas acciones a través de los organismos competentes.
- Planificar programas de corto, mediano y largo plazo, en función de los requerimientos municipales y los planes de gobiernos anteriores.
- Cooperar con los organismos competentes en la conservación, protección y difusión del patrimonio local.
- Regular el transporte colectivo, la circulación y el tránsito.
- Organizar, reglamentar y administrar los servicios públicos locales.
- Planificar el desarrollo y ejecutar planes en sus circunscripciones.
- Celebrar acuerdos con otras municipalidades para organizar servicios comunes.
- Promover y organizar la participación de los ciudadanos.
- Pronunciarse y regular la cultura, recreación y deportes, turismo y conservación de monumentos arqueológicos e históricos, en coordinación con otros organismos y con las políticas nacionales impartidas a través del Gobierno.

El Marco Legal específico a considerar en Ecuador para refrendar todas estas responsabilidades y atribuciones y en especial para ejecutar aquellas respaldadas por la legislación vigente, es el siguiente:

- ❖ La Constitución del año 2008
- ❖ El Plan Nacional de Desarrollo
- ❖ Plan Nacional para el Buen Vivir
- ❖ Lineamientos y políticas del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa

- ❖ Código de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización
- ❖ Ley de Participación, Código de Planificación y Finanzas Públicas, Ley de Gestión de Suelo, Hábitat y Vivienda, Ley de Contratación Pública entre otras (aprobadas y en vías de aprobación que sean pertinentes).
- ❖ Medidas y disposiciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados
- ❖ Ley de Turismo²⁰
- ❖ Reglamentación especial sobre turismo en áreas protegidas y turismo comunitario
- ❖ PLANDETUR 2020
- ❖ Otras normas y disposiciones relacionadas con el manejo de recursos correspondientes al patrimonio natural, cultural y al propio ámbito municipal.

Acción de los gobiernos locales para el impulso del turismo responsable y la implementación de buenas prácticas de RSE²¹

Al gobierno local compete el desarrollo de políticas públicas, convocatoria, generación de diálogo y consensos así como capacitación y dinamización de emprendimientos y proyectos orientados a:

- ✓ Alumbrado y limpieza pública
- ✓ Mantenimiento de parques, jardines, plazas y espacios deportivos
- ✓ Clasificación, recolección y tratamiento de residuos
- ✓ Desarrollo urbano y territorial (ordenamiento y zonificación)
- ✓ Recuperación de áreas verdes, terrenos baldíos y espacios públicos
- ✓ Recuperación del patrimonio histórico, cultural (material o inmaterial) y natural
- ✓ Reconocimiento y adopción del Código de Conducta, del Código de Ética del Turismo y de medidas para la protección e inclusión de grupos vulnerables.
- ✓ Promoción e impulso turístico en general.
- ✓ Desarrollo de programas de competitividad comercial y diversificación de la oferta turística (estímulo a productos artesanales-locales y a MiPYMES)
- ✓ Capacitación en turismo responsable, sostenibilidad y RSE.
- ✓ Articulación público-privada.
- ✓ Incentivo y organización de la participación de los actores locales (en especial el sector privado y la comunidad local).
- ✓ Campañas de sensibilización y en turismo responsable, sostenibilidad y RSE.
- ✓ Monitoreo y seguimiento de acciones (sobre la base de SIG, indicadores, etc.).
- ✓ Investigación, desarrollo e innovación.
- ✓ Apoyo a programas nacionales gubernamentales y articulación con gobiernos regionales/provinciales.
- ✓ Gestión de centros de información y protección integral (al ciudadano y al turista).
- ✓ Diálogo y concertación con el empresariado local.
- ✓ Trabajo coordinado con ONG's y organismos de cooperación.

²⁰ Existe un proyecto de elaboración de una nueva Ley Orgánica de Turismo que se viene trabajando a la fecha.

²¹ Rendón, María Luisa. "La confluencia del Turismo Responsable y la Responsabilidad Social en el ámbito local". IX Congreso Internacional de Municipalistas, Montevideo (Uruguay), Mayo 2009.

- ✓ Transformar al municipio y orientar su labor al logro de un mayor Índice de Felicidad Humana (y no basarse exclusivamente en el PBI como indicador máximo del rendimiento económico y el progreso social a nivel local).
- ✓ Entre otras acciones.

De manera que se contribuya de forma **organizada, continua y sostenida** a la solución de las problemáticas locales, que en todos los casos trascienden al fenómeno turístico.

El gobierno local debe fomentar en todo momento:

Revaloración de lo local + fortalecimiento de la identidad + igualdad de oportunidades + protección de la infancia + educación + integración en el espacio público + sensibilización de diferentes segmentos de población y funcionarios + cambio en las relaciones desigualitarias que existen + concepción del turismo como una herramienta estratégica + puesta en práctica de la sostenibilidad (social, económica, ambiental) y la responsabilidad social empresarial.

8. Beneficios de una gestión turística municipal sostenible

Los beneficios que se puede obtener son:

- ✓ Alumbrado y limpieza pública
- ✓ Mantenimiento de parques, jardines, plazas y espacios deportivos
- ✓ Clasificación, recolección y tratamiento de residuos
- ✓ Desarrollo urbano y territorial (ordenamiento y zonificación)
- ✓ Recuperación de áreas verdes, terrenos baldíos y espacios públicos
- ✓ Recuperación del patrimonio histórico, cultural (material o inmaterial) y natural
- ✓ Reconocimiento y adopción del Código de Conducta y del Código de Ética del Turismo
- ✓ Promoción e impulso turístico en general
- ✓ Conocimiento de los valores locales, fortalecimiento de la identidad y el sentimiento de pertenencia (lo cual puede contribuir a mayor seguridad, desarrollo, integración social y calidad de vida.
- ✓ Desarrollo de programas de competitividad comercial y diversificación de la oferta turística (estímulo a productos artesanales-locales y a MiPYMES)
- ✓ Capacitación
- ✓ Campañas, promoción, mejora en la imagen de la localidad (y de la gestión a cargo)
- ✓ Monitoreo y seguimiento de acciones (sobre la base de SIG, indicadores, etc.)
- ✓ Investigación, desarrollo e innovación
- ✓ Apoyo a programas nacionales gubernamentales y articulación con gobiernos regionales/provinciales
- ✓ Gestión de centros de información y protección integral (al ciudadano y al turista)
- ✓ Diálogo y concertación con el empresariado local
- ✓ Cooperación con otras instancias de planificación y gestión e incluso con otros municipios.
- ✓ Intercambio de experiencias.

Al obtener estos beneficios se busca que el turismo contribuya, de manera que se contribuya de forma organizada, continua y sostenida a la solución de las problemáticas locales, que en todos los casos trascienden al propio fenómeno turístico.

9. Niveles de Planificación y Gestión del turismo en relación con el ámbito local. Marco Institucional en Ecuador

El Estado o Gobierno Central pertenece al nivel de Superestructura en el Sistema Integral de Turismo. Está constituido por numerosos órganos que representan la estructura de autoridad nacional y que, en el ámbito interno, son las principales autoridades en materia de turismo. No existe un modelo único y estandarizado que defina la estructura gubernamental ni la intervención de organismos estatales en el Sistema Turístico.

Los gobiernos nacionales, regionales y locales deben formular, con carácter de urgencia, planes de acción concertados con el sector privado y las comunidades para un desarrollo sostenible y la incorporación de medidas de responsabilidad aplicadas al turismo.

Las autoridades públicas nacionales, regionales y locales favorecerán e incentivarán todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar y utilizar óptimamente recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y eviten, en lo posible, la producción de desechos no factibles de reutilización o reciclaje. En esta labor la planificación es fundamental.

La planificación turística se da a distintos niveles:

- Internacional
- Nacional
- Regional
- Provincial (dependiendo de la división y organización política de cada país)
- Local
- En atracciones (naturales, históricas, culturales y “artificiales”).
- En proyectos o empresas turísticas

En el diseño de productos turísticos son de especial importancia la planificación local y la de atracciones:

- **Planificación local:** Sus ámbitos de acción se asocian a labores de acción municipal o comunitaria²². A nivel público implica la regulación del uso de áreas urbanas o rurales (a través de licencias de funcionamiento, tipos de construcción, protección de áreas naturales, tasas e impuestos). En este ámbito se dan acciones vinculadas a la protección de atractivos históricos, culturales o naturales, procesos de posicionamiento y diferenciación (“marketing de ciudades”), etc.
- **Planificación de atracciones:** La planificación en el sector turístico también implica la creación de atracciones turísticas o el aprovechamiento de recursos naturales, históricos o culturales y su conversión en productos turísticos (esta última actividad normalmente ocurre en el marco de una planificación regional o local). La creación de atracciones turísticas, es una tarea desarrollada principalmente por el sector privado, sin embargo el sector público tiene gran importancia en la

²² La comunidad debe desempeñar un papel activo en prestación de servicios, y ser considerada como la guardiana de valores locales y la principal protagonista en las interacciones con el turista. Es necesario que sus miembros y quienes participen en turismo se capaciten para su inserción productiva y en el sector de servicios.

regulación, ordenamiento y control de las inversiones para garantizar su concordancia con los planes de desarrollo local.

Asimismo, la planificación, de acuerdo con criterios de temporalidad, la planificación puede ser:

- **De corto plazo:** El período que abarca es un año (su fin debe ser netamente operativo o para acciones de corta duración).
- **De mediano plazo:** El período que involucra es más de un año y menos de cinco.
- **De largo plazo:** El período que cubre es cinco o más años. Es considerada como una acción estratégica.

De acuerdo con su objeto la planificación puede ser:

- ◆ **Global:** Sus lineamientos abarcan a todo un país y sus diferentes sectores.
- ◆ **Económica:** Su campo de acción se dirige a la organización de la producción de bienes y servicios.
- ◆ **Social:** Se ocupa de los aspectos relacionados con la organización de un grupo social.
- ◆ **Física:** Se encarga de ordenar las actividades del hombre en un espacio territorial disponible.
- ◆ **Sectorial:** Se deriva de la planificación económica pero se orienta exclusivamente a un sector económico.
- ◆ **Proyectos de inversión:** Consiste en alterar aspectos físicos del destino a través de la creación y mejoramiento de equipamientos e infraestructura, con el fin de aumentar su atractivo.
- ◆ **Comercial:** Derivada de la planificación económica y dirigida al desarrollo de productos comerciales.

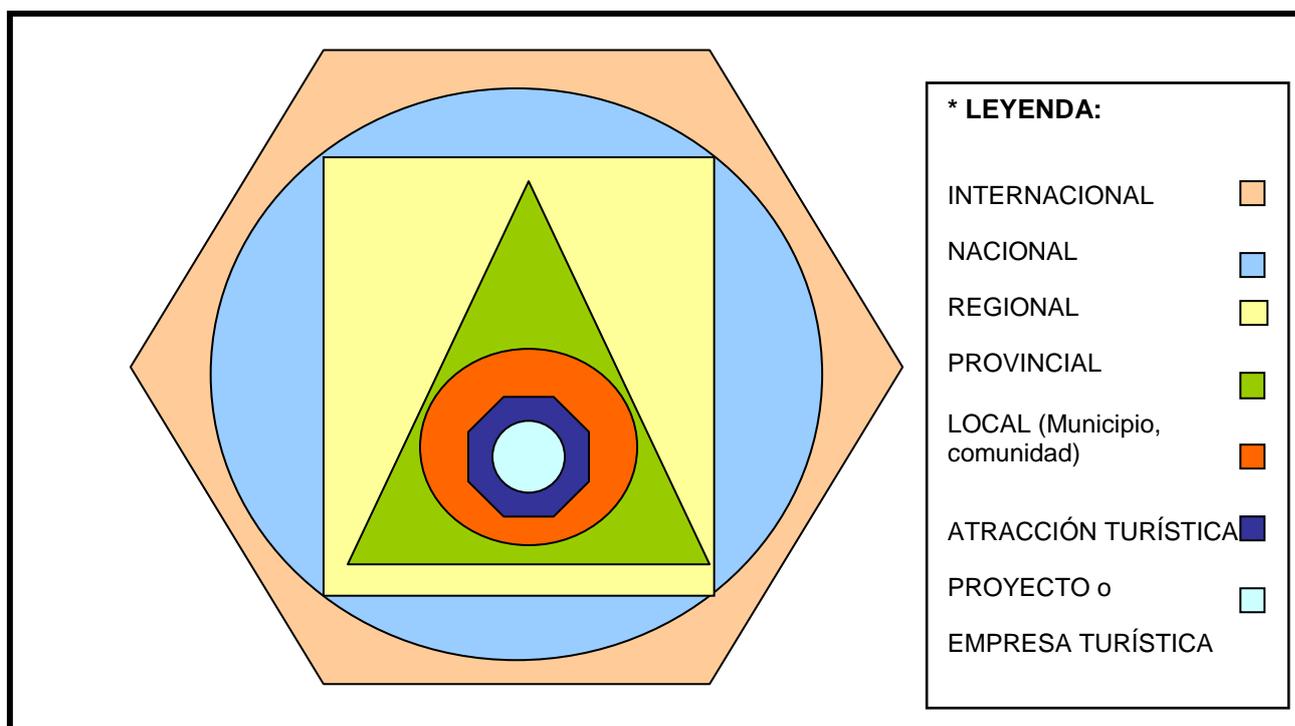
Posibles **productos de la planificación turística:**

- Planes Nacionales de Turismo
- Planes Regionales de Turismo
- Planes Provinciales, Departamentales o Cantonales de Turismo
- Planes locales (urbanos) de Turismo
- Planes y Programas de Desarrollo Turístico
- Estudios diversos: impacto ambiental, líneas de base, perfiles de turistas, de ordenamiento, zonificación, mapas locales de riqueza, entre otros.
- Proyectos Turísticos (estudios de pre inversión, prefactibilidad)
- Productos Turísticos: basada en nuevos recursos o en la oferta existente de atractivos, equipamientos y servicios (en este caso para la diversificación), que pueden ser:
 - Agrupados y presentados de una forma que pueda ser percibida como algo nuevo o atractivo para segmentos específicos del mercado.
 - Complementados con nuevas atracciones, equipamientos, actividades, eventos y/o servicios dirigidos a mercados / segmentos específicos.
 - En los destinos ya existentes se da un diseño de productos turísticos por las siguientes razones:
 - Adaptar el producto existente a las nuevas condiciones de la demanda.
 - Mejorar la imagen del destino.
 - Atraer nuevos segmentos del mercado.
 - Mantener la posición competitiva.

El **Marco Institucional** del Turismo se puede identificar en la **Superestructura Turística**, la cual comprende a todos aquellos organismos públicos o privados, nacionales o internacionales que regulan, fomentan y coordinan la actividad turística.

Los Niveles de Planificación y Gestión entre los cuales podemos ubicar a los gobiernos locales y con los cuales se debe interactuar para planificar el turismo se aprecian en este gráfico:

Gráfico N°7: Niveles de Planificación y Gestión Turística



Elaboración: María Luisa Rendón. Lima (2004)

Clasificación de los organismos que intervienen en el turismo de forma directa o indirecta:

Organizaciones Intergubernamentales Internacionales:

- Unión Internacional de Hotelería (Suiza 1869).
- Federación Franco - Hispano - Portuguesa de Sindicatos de Turismo (1908).
- UIOOT: Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (Suiza 1946).
- Organización Mundial del Turismo (OMT), creada en 1925, en convenio con Naciones Unidas en 1977 y reconocida como organismo del Sistema de Naciones Unidas en el 2003.
- OMS: Organización Mundial de la Salud (regulación de requisitos sanitarios de viaje, prevención de la proliferación de ciertas enfermedades).
- OACI: Organización Internacional de la Aviación Civil
- OEA: Organización de los Estados Americanos (centros Interamericanos de capacitación turística México, Buenos Aires y Barbados).
- Sistema de Naciones Unidas (y sus diversos organismos, entre ellos la OMT).

Organizaciones No Gubernamentales Internacionales:

- Alianza Internacional de Turismo (AIT), turismo de automóvil, guías de viajeros.

- Cámara Internacional de la Marina Mercante (ICS), facilidades para viajes marítimos y de cruceros.
- Unión Internacional de Ferrocarriles (UIC)
- Unión Internacional de Transporte por Carretera (IRU)
- Asoc. Internacional de la Hotelería (AIH) - París.
- Asociación Mundial de Agencias de Viaje - WATA. Ginebra
- Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viaje (FUAAV)
- Asociación de Transporte Aéreo Internacional IATA (1945). Fomenta el transporte aéreo en forma segura y económica; estimula el comercio aéreo, determina los rangos de precios de boletos de transporte (en algunos casos).

Organismos Gubernamentales Nacionales

- El Estado Ecuatoriano
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)
- Secretaría de Pueblos, Movimientos sociales y Participación Ciudadana
- Ministerio Coordinador del Patrimonio
- Ministerio Coordinador de la Producción
- Ministerio de Ambiente
- Ministerio de Cultura
- Ministerio de Educación
- Ministerio de Turismo
- CONCOPE, AME y CONAJUPARE
- Centros nacionales de formación en turismo.
- Organismos nacionales de promoción turística (difusión de imagen, promoción de productos turísticos nacionales, promoción de inversiones, etc.).
- Servicios de protección al turista, defensorías, divisiones de policía ecológica y turística.
- Fondos nacionales de turismo, para protección y conservación de áreas naturales, entre otros.

Instituciones No Gubernamentales Nacionales

- Asociaciones profesionales y gremios del sector de turismo y hospitalidad (por ejemplo la FEPTCE, FENACAPTUR, CAPTUR, etc.)
 - Asociación de Profesionales en Turismo.
 - Asociación de Guías Oficiales de Turismo.
 - Asociación de Prensa Turística.
 - Cámara nacional de turismo (y cámaras locales).
 - Asociación de Hoteles, Restaurantes y afines.
 - Asociación de Agentes de viajes y turismo.
 - Asociación de operadores de turismo.
 - Asociaciones de Turismo de aventura y eco turismo.
 - Asociación de albergues juveniles.
 - Gremios de establecimientos de bingo, casinos y salas de juego.
- Entre otros que pueden contribuir a la planificación, gestión y operación del turismo.

10. Enfoque territorial: ordenamiento y planificación turística

El Ordenamiento Territorial es una propuesta con enfoque integrador de los elementos geofísicos, económicos y humanos así como los elementos que intervienen en el fenómeno turístico y constituye un instrumento que da tratamiento específico a la situación particular de las regiones o territorios en donde la actividad turística se incorpora a una visión ligada al paradigma del Desarrollo Sostenible.

Corresponde, ya sea desde la perspectiva local, regional o nacional, a la potestad del Estado (o algún organismo público) en materia técnica y administrativa, así como (y principalmente) de planificación del desarrollo. Esta actividad es clave en el Desarrollo Humano, en todas sus dimensiones, ya que el territorio constituye el espacio donde se origina y desenvuelve toda iniciativa que procure la realización efectiva, deseable e ideal de sus deseos y la cobertura de sus necesidades.

Con esta acción se busca organizar *“el territorio de una manera armoniosa en el uso del espacio de tal manera que sean elementos coadyuvantes al desarrollo social, económico, político, democrático y humano, en razón sustentable al uso racional y ordenado en cuanto que sea justo, equitativo e igualitario”*.²³

Es totalmente compatible con el enfoque de desarrollo sostenible, ya que corresponde a su concepción integral sobre el desarrollo socioeconómico y la protección del medio ambiente, ya que a través de él se puede aportar nuevas perspectivas para realizar análisis temporales de largo plazo de fenómenos territoriales así como considerar interrelaciones complejas existentes entre los elementos físicos, biológicos, sociales, culturales, económicos y políticos dentro de espacios geográficos específicos.

Es así que el Ordenamiento Territorial constituye *“una estrategia básica para lograr el Desarrollo Sustentable, entendiendo el ordenamiento en términos de planeación físico-espacial, el cual tiene como fin atender el uso adecuado de los recursos naturales, la localización apropiada de las actividades productivas, la infraestructura, el equipamiento urbano y los servicios, con el propósito de alcanzar la equidad en el desarrollo regional”*.

En el ámbito municipal, el ordenamiento territorial, la zonificación y la planificación son elementales para el aprovechamiento del verdadero potencial del territorio y es preciso considerar los agentes que habitan el territorio. Asimismo, es importante tomar medidas y asignar espacios para garantizar la accesibilidad, la facilitación turística, el establecimiento de todos los servicios requeridos y el óptimo aprovechamiento de las zonas biogeográficas pensando tanto en los turistas y visitantes como en los pobladores locales.

La planificación, como hemos visto brevemente, es un proceso mediante el cual es posible tomar decisiones en base a información del entorno, las cuales permitirán el logro de objetivos y el establecimiento de los medios adecuados para alcanzarlos. Implica proyectar el futuro, pensar anticipadamente el camino a seguir para llegar al punto que se desea. Es importante recordar que planificar no garantiza el éxito, pero actuar improvisadamente aumenta las posibilidades de fracaso y de impacto negativo tanto en factores culturales como naturales que forman parte del entorno de la empresa u organización.

Razones y beneficios de planificar:

- ✓ Propone medios para obtener resultados, en desarrollar un producto competitivo y sostenible.

²³ Massiris, C. Ángel. “Ordenación del Territorio en América Latina”. Revista Electrónica en Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona. Vol. VI. Num. 125, 2002.

- ✓ Permite un mejor aprovechamiento y potenciación de los recursos que tenemos (humanos, económicos, tecnológicos e incluso el tiempo) ya que maximiza la utilización de recursos disponibles.
- ✓ El proceso de planificación permite identificar las causas y efectos, recursos disponibles, limitaciones, posibilidades de acción, plazos, etc.
- ✓ Facilita identificar o definir lo que queremos.
- ✓ Posibilita alcanzar resultados en un tiempo establecido.
- ✓ Si es flexible, permite reaccionar ante imprevistos que se vayan presentando.
- ✓ Ayuda a actuar con una orientación, con una “hoja de ruta” y a medir los impactos de las acciones que se realizan.

Características y principios de la planificación en turismo:

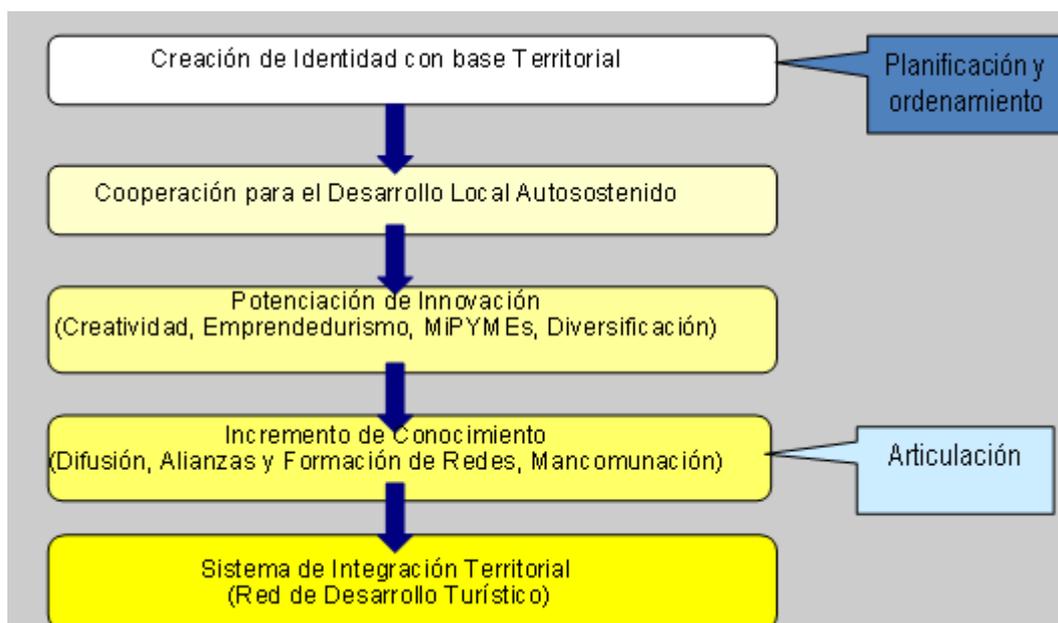
- Involucra diversas actividades y profesiones: desde topógrafos hasta economistas.
- Debe tomar en cuenta las necesidades de los turistas y la población local.
- Es una actividad que implica elementos sociales, económicos y ambientales (disminución de impactos negativos).
- La planificación turística debe estar orientada al mercado, asegurando el producto adecuado para el segmento identificado como público objetivo.
- Sus principios son:
 - Abstracción (trabajo intelectual, pero con realismo).
 - Información del entorno externo e interno.
 - Racionalidad en la elección de la alternativa.
 - Libertad para la toma de decisiones.
 - Programación (ordenamiento de recursos escasos)
 - Universalidad (proceso integral no parcial).
 - Participación (Intervienen un conjunto de actores o agentes).
 - Continuidad (no tiene fin en el tiempo, mientras subsistan problemas)
 - Flexibilidad (es perfectible, cambia de acuerdo a circunstancia).
- Requiere que los agentes involucrados en la planificación y en el desarrollo de un producto turístico tengan en cuenta que debe existir:
 - Participación
 - Responsabilidad
 - Compromiso
 - Sostenibilidad

Ejes de planificación, ordenamiento territorial y desarrollo sostenible en turismo:

- Región integrada al medio y sus habitantes
- Desarrollo endógeno
- Procesos participativos
- Acción conjunta y coordinada entre sector privado, público y tercer sector
- Planificación estratégica para un desarrollo sostenible y responsable del turismo

Un enfoque interesante es la incorporación de elementos identitarios, como punto de partida para la creación de sistemas locales innovadores en turismo. Esto se muestra en el gráfico siguiente:

Gráfico N°8: Proceso de Creación de Sistemas Locales Innovadores en Turismo – base DEL



Fuente: Adaptación propia de Precado Ledo, "Desarrollo Autosostenido e Identidad Territorial", pp75-118, (Madrid, 2004)

11. Redes, asociativismo y mancomunidades municipales

En la actualidad existe una tendencia de trabajo en red dentro del turismo, ya sea de forma privada, en torno a asociaciones, o bien de forma mixta (pública, privada, del tercer sector) a través de redes o asociaciones, cooperativas y otras formas, entre ellas encontramos:

- ❖ Articulación inter e intrasectorial (mixta, privada, pública, de cooperación)
- ❖ Cadenas de valor
- ❖ Negocios inclusivos
- ❖ Asociatividad municipal
- ❖ Mancomunidades
- ❖ Hermanamientos municipales
- ❖ Rutas o corredores turísticos
- ❖ Redes de turismo (por lo general empresariales)

Se busca que estas articulaciones, reconocidas formalmente o realizadas de forma espontánea, aporten a sus miembros diversas ventajas y generen sinergias para:

- Mayor capacidad de negociación frente al mercado.
- Afrontar costos de inversión y/o operación
- Mejorar temas de comercialización
- Obtener aprendizajes e intercambiar experiencias
- Incrementar incidencia a nivel político y/o social
- Aumentar la visibilidad de los miembros
- Elevar opciones de desarrollo para los miembros
- Acceder a créditos y financiamientos
- Articular rutas y/o operar conjuntamente productos turísticos
- Dar un manejo sostenible y coordinado a recursos y problemáticas comunes
- Entre otros múltiples aspectos

La clave para potenciar una buena articulación es generar procesos basados en intereses de desarrollo comunes, conjuntos y (preferiblemente) concertados participativamente. Para ello se puede considerar los siguientes aspectos:

- Que todos los agentes sean conscientes de los beneficios y responsabilidades que el turismo requiere de cada uno.
- Que la participación se realice a través de una adecuada organización de la población (acudir a asociaciones, gremios, etc. que tengan representatividad).
- Que la gestión articulada sea verdaderamente transparente, democrática y honesta.
- Que exista solidez, continuidad y lineamientos claros en la relación público-privada.
- Que se desarrolle y planifique eficientemente las acciones, sobre la base de un proyecto común que responda a las necesidades reales de la localidad, así como al potencial de la misma.
- Que se cuente con un ente y/o espacio que permita la interacción, el trabajo conjunto y la regulación de la articulación generada (muchas localidades emplean las Organizaciones de Gestión de Destinos, los Comités Multisectoriales, Comisiones o Foros de Desarrollo Turístico, entre otros).

La sociedad civil y el empresariado deben enfocarse en asumir con mayor fuerza e impacto, acciones estratégicas de coordinación y de colaboración con los Estados en diversos aspectos, por ejemplo:

- Promoción y divulgación
- Investigación
- Reconocimiento y adopción del Códigos Éticos y/o Principios de Conducta Responsable y Sostenible.
- Promoción de derechos humanos y otros asociados al turismo (consumidor/prestador/productor)
- Comercialización y consumo responsable
- Capacitación
- Campañas
- Implementación de Buenas prácticas
- Monitoreo y seguimiento (a través de indicadores)

Realizar el Ejercicio 2 (página 6)

Anexos

(ver archivos adjuntos)

Anexo N°1 - Glosario de Términos

Anexo N°2 - Presentaciones realizadas en el Curso-Taller

Bibliografía

Acerenza, Miguel Ángel, Administración del Turismo. 2 ed. 2v. México, Trillas, 1986.

Alcobedo, Ramón (coordinador). Ética, Economía y Empresa. La dimensión moral de la economía. España: Editorial Gedisa, 2007.

Alvarado Merino, Gina (et. al.), Gestión ambiental y conflicto social en América Latina, 1ª ed., Colección de becas de Investigación, Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - CLACSO, 2008.

Baggio, Rodolfo; Cooper, Chris & Scout, Noel. Network Analysis and Tourism: From Theory to Practice. [Análisis de Redes y Turismo: De la Teoría a la Práctica]. Aspects of Tourism 35. Inglaterra, Channel View Publications, 2008.

Ballart, Joseph, El Patrimonio Histórico y Arqueológico: Valor y Uso, Barcelona: Ariel, 2007.

Ballart, Josep & Tresserras, Jordi, Gestión del Patrimonio Cultural, Barcelona: Ariel, 2001.

Barba, Carlos (comp.). Retos para la Integración Social de los Pobres en América Latina. 1ª ed. Colección Grupos de Trabajo. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2009.

Beni, Mario. Análise estrutural do turismo [Análisis estructural del turismo], Universidad de Sao Paulo: SENAC, 1998.

Berberi, A., Medaglia, J., Silveira, C., Uma reflexao acerca dos caminhos da sustentabilidade no Turismo, Observatorio de Turismo do Parana, Universidade Positivo - Seminario Internacional en Turismo (SIT), 2008.

Biosca, Doménech, La gestión eficaz de un destino turístico del s. XXI, 1ª parte Cómo pensar para tener éxito, España: Puresa, 2001.

_____ La gestión eficaz de un destino turístico del s. XXI, 2ª parte Cómo actuar para tener éxito, España: Puresa, 2001.

Bolonini, Luisa E. & Capece, Gustavo. Federación, misión posible. Del Turismo espontáneo al Planeamiento Estratégico. Buenos Aires: Ladevi Ediciones, 2002.

Bote, Venancio. Planificación económica del turismo: de una estrategia masiva a una artesanal. México: Trillas, 1990.

Boullón, Roberto. Turismo y Ciudad, Segundo Simposio Latinoamericano de Turismo, "Aportes y Transferencias: Tiempo Libre, Turismo y Recreación", Año 1, Nro. 2, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. S/f

_____ Planificación del Espacio Turístico, México: Trillas, 1994.

Brinkman, W. & Wildgen, J., Desafíos para los estudiosos del Turismo: La construcción de la "Sociedad Inclusiva" y del "Turismo Accesible", Cuadernos de Turismo, enero-junio, número 11, Universidad de Murcia, Murcia, 2003.

Buhalis, D. and Cooper, C., Competition or co-operation: The needs of small and medium sized tourism enterprises at a destination level [Competencia y cooperación: Las necesidades de las pequeñas y medianas empresas a nivel de destino]. En: Laws, E., Faulkner, B. and Moscardo, G. Editors, 1998. Embracing and managing change in Tourism Routledge, Londres, 1998.

Caballero, Ricardo, Turismo y ½ Ambiente. Lima, Ed. Greaths, 1997.

Capece, Gustavo. Turismo Sostenido y Sustentable - Una visión holística. Río Negro, 1997.

_____ Política Turística, metodología para su concepción y diseño. Buenos Aires: Ladevi Ediciones, 2001.

Capece, Gustavo. Turismo Sostenido y Sustentable - Una visión holística. Río Negro, 1997.

CARE Internacional Ecuador – UNICEF, Relaciones Comunitarias Constructivas: Elementos para su formulación”, Quito, 2008.

Cattani, Antonio, Coragio, José Luis & Lavilla, Jean-Louis. Diccionario de la otra economía, 1ª ed. Colección de lecturas sobre Economía Social. Buenos Aires: Altamira, 2009.

Castillo, N. Cecilia. Turismo, Fundamento y Desarrollo, Lima: Art Lautrec, 1990.

Ceballos-Lascuráin, Héctor, Ecoturismo: naturaleza y Desarrollo Sostenible, México: Ed. Diana, 1998.

Cervantes, Jorge & Gómez, Rosalía, El Ordenamiento Territorial como Eje de Planeación de Proyectos de Turismo Sustentable, Ciencias Sociales *Online*, revista electrónica. Vol IV, Nº2, Universidad de Viña del Mar, Chile, Julio 2007.

Chudnovky, D., Kosacoff, B. y López, A. Las Multinacionales Latinoamericanas. Sus estrategias en un mundo globalizado. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1994.

Comisión Europea. Recomendaciones del área de empleo, asuntos sociales e igualdad de oportunidades. Bruselas, 2009.

_____ Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, 2001.

Cordero Ulate, Allen, Nuevos ejes de acumulación y naturaleza: el caso del turismo. Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - CLACSO, 2006.

Coriolano, Luzia Neide & Bandeira de Melo, Sylvio. Turismo e geografia: abordagens críticas [Turismo y geografía: abordajes críticas]. Universidade Estadual de Ceará, Fortaleza: Ed. UECE, 2005.

Coriolano, Luzia Neide & Perdigão, Fábio. O Turismo e a relação Sociedade-Natureza, realidades, conflitos e resistências [El Turismo y la relación Sociedad-Naturaleza, realidades, conflictos y resistencias]. Universidad Estadual de Ceará, Fortaleza: Ed. UECE, 2005.

Coriolano, L., Matos, A., Perdigão, F. (et. al.). Arranjos Produtivos Locais do Turismo Comunitário: Atores e Cenários em Mudança [Arreglos Productivos Locales del Turismo Comunitario: Actores y Escenarios en Cambio]. Universidade Estadual de Ceará, Fortaleza: Ed. UECE, 2009.

De la Torre Padilla, Oscar, El Turismo: Fenómeno social. 7ma. reimpresión. México DF, Fondo de Cultura Económica, 1992.

Elizalde, Antonio, Desarrollo Humano y Ética para la Sustentabilidad, 1ª ed. Buenos Aires, PNUMA-Universidad Bolivariana, CACID, 2004.

Fernández Fúster, Luis, Introducción a la Teoría y Técnica del turismo. Madrid, Alianza editorial, 1988.

Galeano, Eduardo. Úselo y tírelo. El mundo visto desde una ecología latinoamericana, 4ta. Ed. Buenos Aires: Booket – Grupo Planeta, 2008.

García Pizarro, María. La Planificación Estratégica y el Arte del Bueno Gobierno. Unión Iberoamericana de Municipalistas – Instituto de Investigación Urbana y Territorial. Granada, 2007.

García Villa, Adolfo. Planificación y evaluación del turismo. México: Limusa, 1984.

Gascón, Jordi & Cañada, Esther. Viajar a todo tren: Turismo, Desarrollo y Sostenibilidad. Barcelona: Icaria. 2005.

Geraiges de Lemos, Amalia, Arroyo, Mónica & Silveira, María Laura (comp.). América Latina: cidade, campo e turismo [América Latina: ciudad, campo y turismo], 1ª ed., Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – Sao Paulo: Universidad de Sao Paulo, 2006.

Gómez, María Silvia, El Asociativismo, Experiencias de incubación en la República Argentina - investigación no publicada. Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe (Argentina).

Gutiérrez, Jesús et al., Recursos Naturales y Turismo. México, Limusa, 1983.

Hall, C. Michael, Planejamento turístico: políticas, procesos e relacionamentos. [Planificación turística: políticas, procesos y relaciones]. Sao Paulo: Contexto, 2001.

Heras, Ana & Burin, David (editores). Trabajo, Desarrollo, Diversidad: Políticas y metodologías de desarrollo local con acento en la generación de empleo, trabajo e ingresos. Buenos Aires: Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad – Ediciones Incluir y CICCUS, 2008.

Hernández, Edgar. Planificación turística: un enfoque metodológico. México: Trillas, 1992.

International Center for Responsible Tourism (ICRT). Cape Town Declaration, First International Conference on Responsible Tourism, Cape Town - Sudáfrica, 2002.

_____ Kerala Declaration on Responsible Tourism, II International Conference on Responsible Tourism in Destinations, Kerala (India), Marzo 2008.

Inskip, Edward, *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach* [Planificación turística: un enfoque de desarrollo integrado y sostenible], Nueva York: Wiley, 1991.

Kaiser, Charles & Helber, Larry. *Turismo: Planeación y Desarrollo*. México, Diana, 1984.

KATE – EED Tourism Watch – ACSUD Las Segovias, *Responsabilidad Social Corporativa: Empresas turísticas y su responsabilidad global*. Bonn/Stuttgart-Alemania y Valencia-España, 2006.

Kinder, Peter. *Socially Responsible Investing: an evolving concept in a changing World*. KLD Research & Analytics, Inc. Estados Unidos: KLD, 2007.

Lieberman, K. & Nissen, B. *Ethics in the Hospitality and Tourism Industry*. Michigan: Educational Institute, 2005.

Lozano, J. *Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas*. Barcelona: Ediciones Granica, 2005.

Luhmann, Niklas - Torres Nafarrate, Javier, *Introducción a la teoría de sistemas: Lecciones publicadas*, Universidad Iberoamericana - Iteso, 1996.

Lundberg, Donald, *El Negocio del Turismo*, México, Diana, 1980.

_____ *Manual de Organización y Administración en Turismo*. Barcelona, Centrum, 1986.

Marketing Systems – Ministerio de Turismo del Ecuador, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador, Fases I, II y III – Informe Final, Barcelona, 2003.

Martínez Quintana, Violante. *Ocio y Turismo en la sociedad actual: Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado*, Madrid: Ed. McGraw-Hill Interamericana, 2006.

Masri de Achar, Sofía & Robles, Luisa. *La Industria Turística: Hacia la Sustentabilidad*. México, Diana, 1997.

Massiris, C. Ángel. "Ordenación del Territorio en América Latina". *Revista Electrónica en Geografía y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona. Vol. VI. Num. 125, 2002.

Mc Intosh, Robert & Gupta, Shashikant, *Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas*. México: Limusa, 1990.

Mc Intosh & Goeldner & Ritchie, *Tourism: principles, practices, philosophies*, [Turismo: principios, prácticas, filosofías], John Wiles and Sons Inc., 1998.

Medaglia, Juliana, *Planejamento estratégico sustentável do turismo: uma reflexão acerca plano nacional do turismo brasileiro* [Planeamiento estratégico sostenible del turismo: una reflexión a cerca del plano nacional del turismo brasileño], *Revista Universidad de Santa Cruz - FARESC*, Brasil, 2006.

Medlik, Slavoj. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. [Diccionario de Viajes, Turismo y Hotelería]. Oxford, Inglaterra: Butterworth-Heinemann Ltd, 1995.

Minztberg, Henry. El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos. México: Prentice Hall, 1997.

Organización de Estados Americanos. Programa de Desarrollo Turístico. Sistema CICATUR Continental de Desarrollo Turístico y Estrategia para su Ejecución. Washington D.C., OEA, CIES, Secretaría General, 1979.

Olivera, Marco, Turismo Sostenible y las Agendas 21, Cátedra Unesco – UPC, Barcelona, 2001.

Organización Mundial de Turismo, Desarrollo Turístico Sostenible: Guía para Planificadores Locales, España: OMT, 1993.

_____ Lo que todo gestor turístico debe saber: Guía Práctica para el desarrollo y uso de Indicadores de Turismo Sostenible, Madrid, España: OMT, 1997.

_____ Desarrollo Turístico Sostenible: Guía para Administradores Locales, Madrid: OMT, 1999.

_____ Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal, Madrid, 1999.

_____ Turismo y atenuación de la pobreza: Recomendaciones para la acción, Madrid, 2004.

_____ Reducción de la pobreza por medio del turismo. Madrid, 2006.

Pearce, Douglas. Desarrollo Turístico: su planificación y ubicación geográfica. México, Trillas, 1990.

Pietrobelli, C & Rabellotti. Mejora de la Competitividad en Clusters y Cadenas Productivas en América Latina. El papel de las políticas. Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo, 2005.

Rainforest Alliance, Buenas prácticas para el Turismo Sostenible: una guía para el pequeño y mediano empresario, Costa Rica, 2005.

Real Academia Española. "Diccionario de la Lengua Española", Tomos I y II, Madrid, España: Espasa-Calpe, 1998.

Rendón, María Luisa. Desarrollo Turístico Municipal, Tomo I – El Municipio y el Desarrollo Turístico Local, Lima: Edigrafasa, 2006.

_____ Desarrollo Turístico Municipal, Tomo II – El Modelo de Administración Turística, Lima: Edigrafasa, 2006.

Rocha Centeno, Rogelio. Metodología de la Investigación Aplicada al Turismo: Casos Prácticos. México, Trillas, 1992.

Sancho, Amparo, Introducción al Turismo. Organización Mundial del Turismo, Madrid, 1998.

Sassen, Saskia. Locating cities on global circuits [Localizando ciudades en circuitos globales]. *Environment & Urbanization*, Vol 14 N°1. Columbia University, Abril 2002.

_____ The Participation of States and Citizens in Global Governance [La Participación de los Estados y Ciudadanos en la Gobernanza Global]. *Indiana Journal of Legal Studies*. Vol 10 N°5, 2003.

Schlüter, Regina. Investigación en Turismo y Hotelería. Buenos Aires. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET), 2da reimpresión, 2005.

_____ Turismo: Una visión integradora. Buenos Aires. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET), 2008.

Schulte, Silke. Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social – ILPES CEPAL, Santiago de Chile, 2003.

Secretaría Nacional de Desarrollo y Planificación SENPLADES, Plan Nacional de Desarrollo, Quito, 2005.

Secretaría Nacional de Desarrollo y Planificación y Proyectos de Articulación de Redes Territoriales/PNUD. Lineamientos para la Planificación del Desarrollo y el Ordenamiento Territorial. Quito, 2010.

Spicker, Paul, Alvarez Leguizamón, Sonia & Gordon, David (ed. lit.). Pobreza, un Glosario Internacional, Colección CLACSO-CROP. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2009.

Smith, M. & Duffy, R. The Ethics of Tourism Development [La Ética del Desarrollo Turístico]. Londres: Routledge, 2003.

Thomazi, Silvia, Cluster de Turismo: Introducao ao Estudo de Arranjo Produtivo Local [Introducción al Estudio de Arreglo Productivo Local], Sao Paulo: Aleph 2006.

Unión Iberoamericana de Municipalistas – Instituto de Investigación Urbana y Territorial, Serie Síntesis “El estado de Desarrollo Local en América Latina: Obstáculos, facilitadores y liderazgos”, N°38, Diciembre 2008.

Universidad Intercultural Amantay Wasi - UNESCO. Sumak Yachaypi Alli Kawsaypipash Yachakuna [Aprender en la Sabiduría y el Buen Vivir]. Quito, 2004.

Urribarri, Guillermo. El Concepto de Desarrollo Sustentable - Del Informe Brundtland a la Cumbre de Johannesburgo 2002. Ambiente Ecológico, edición digital, 2004.

Valls, Josep Francesc. Las claves del mercado turístico. Bilbao: Deusto, 2000.

_____ Gestión de destinos turísticos sostenibles, Barcelona: Gestión 2000, 2004

Vázquez, Antonio, Desarrollo local: Una estrategia de creación de empleo, Ed. Pirámide, Madrid, 1988.

Vera, J. Fernando, López Palomeque, F., Marchena, Manuel & Antón, Salvador. Análisis Territorial del Turismo. Barcelona: Ariel Geografía, 1997.

Vogeler, C & Hernández, E. Estructura y Organización del Mercado Turístico. Segunda Edición. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 1997.

Yunis, Eugenio, Desafíos de la Sostenibilidad en Turismo, Ponencia realizada en el XVIII Congreso de la Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería, Gastronomía y Turismo (CONPEHT), Universidad Andrés Bello, Santiago de Chile – Organización Mundial del Turismo. 5 al 8 de Noviembre 2008.

**Elaborado por: María Luisa Rendón Puertas
Septiembre de 2010**