



02

02

Ideas generales para promover el turismo en zonas costeras. Desarrollo local con pequeñas empresas

General ideas to promote tourism in coastal zones.
Local development with small enterprises

Dr. C. Osvaldo Domínguez Junco¹

E-mail: osvaldo254@yahoo.com

Dra. C. Greicy de la Caridad Rodríguez Crespo¹

MSc. Jorge Salomón Fadul Franco¹

¹Universidad Metropolitana, sede Machala. Ecuador.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Domínguez-Junco, O., Rodríguez-Crespo, G.C., & Fadul-Franco, J.S. (2017). Ideas generales para promover el turismo en zonas costeras. Desarrollo local con pequeñas empresas. *Revista Científica Agroecosistemas*, 5 (2), 12-18. Recuperado de <http://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/index>

RESUMEN

Las zonas costeras contienen todo tipo de recursos que son de interés para el turismo. Los componentes bióticos y abióticos se entrelazan en ecosistemas únicos que proporcionan abundante diversidad biológica, con ambientes marinos y terrestres, refugios de flora y fauna típica, con especies de aves transeúntes, combinado con el atractivo espacio de sol y playa, abundante brisa, aroma peculiar, el ir y venir de pescadores y comerciantes, cuya idiosincrasia difiere del ambiente de una ciudad y área rural, todo lo cual proporciona un rico valor cultural que atrae al visitante. Esta investigación ofrece variantes que permiten la promoción del turismo en función del desarrollo local en estos lugares, especialmente las pequeñas comunidades. Para ello, se analizan cuestiones relacionadas con el turismo y sus necesidades más imperiosas en la actualidad, así como los valores que atesoran esas áreas y que constituyen una gran atracción. La creación de empresas turísticas pequeñas y respetuosas con el medio ambiente, puede ser un motor del desarrollo local. Se aplicaron métodos teóricos de investigación documental, así como empíricos basadas en la observación y encuestas, mediante muestreo aleatorio simple en dos comunidades costeras, una cubana y una ecuatoriana. Como resultado, se ofrecen ideas generales aplicables a cualquier zona costera, especialmente a las tropicales y subtropicales y muy puntualmente, a aquellas que cuentan con ecosistemas de manglares.

Palabras clave:

Zonas costeras, turismo, ecosistemas de manglares, desarrollo local, pequeña empresa.

ABSTRACT

The coastal zones are interesting sites, because they contain all kinds of resources that are of interest to tourism. Biotic and abiotic components are intertwined in unique ecosystems that provide abundant biological diversity, with environments, marine and terrestrial in turn, refuges of typical flora and fauna, with species of passerby birds, combined with the attractive space of sun and beach, the abundant breeze with a peculiar aroma, the coming and going of fishermen and merchants, whose idiosyncrasy differs from the environment of a city and rural area, providing a rich cultural value that attracts the visitor. This investigation offers variants that allow the promotion of tourism for local development in these places, especially small communities, since at times, their own inhabitants are unaware of the treasure they have. In order to do this, it was involved in matters related to tourism and its most demanding needs today, as well as the values that treasure those areas and that constitute an unparalleled attraction. One Cuban and the other one Ecuadorian, offering general ideas applicable to any coastal zone, especially, those of the tropics and subtropics of the planet and very punctually, in those that count on wonderful ecosystems like mangroves.

Keywords:

Coastal zones, tourism, mangroves ecosystems, local development, small business.

INTRODUCCIÓN

Los ambientes marino costeros son áreas biológicamente diversas, hábitats de muchas especies de flora y fauna, y que proporcionan servicios ecosistémicos importantes, como la regulación del clima y la protección de las cuencas hidrográficas. Además, cientos de millones de personas viven en o cerca de áreas marinas costeras y la presión de desarrollo sobre ellas, especialmente en los países en desarrollo, es intensa.

También resultan ambientes muy atractivos para el creciente sector del turismo naturalista, y aprovechar esta atracción es una forma de contribuir a la conservación de estos valiosos ecosistemas y al desarrollo local de las comunidades que los habitan. El buen manejo del turismo puede ser un medio importante para proporcionar un desarrollo económico y un empleo sostenible en estas áreas, preservando al mismo tiempo su valor natural.

En el contexto actual, los destinos turísticos ocupan un significativo espacio en las agendas gubernamentales (nacionales y locales) con el objetivo de implementar una solución alternativa a la necesidad de renovar las economías de sus territorios, de forma que se asegure en ellos un crecimiento sostenible, la preservación de la identidad y una mejora de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad.

El presente trabajo ofrece alternativas y herramientas con el fin de implementar ideas generales que promuevan el turismo, visualizándolo como un medio efectivo para el desarrollo local en las comunidades costeras.

Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2005) intentó concebir un concepto multidisciplinario (económico, sociológico, psicológico y geográfico) del turismo afirmando que el "turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que están fuera de su lugar de residencia habitual por razones personales o profesionales (...) algunas de las cuales implican un gasto turístico".

El turismo sostenible

La Carta de Lanzarote, elaborada por los asistentes a la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, expresa que el turismo es un poderoso instrumento de desarrollo, y que puede y debe participar activamente en la estrategia para un desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo requiere garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende. El turismo sostenible puede definirse como: "Uno

que tenga plenamente en cuenta los impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros para satisfacer las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida" (OMT, 1995).

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible, se aplican a todas las formas de turismo en todos tipos de destinos, incluido el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico, y se debe lograr un equilibrio apropiado entre estas tres dimensiones para asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

La OMT propone que el turismo sostenible debe: aprovechar al máximo los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica; respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades de acogida, preservar sus bienes culturales y arquitectónicos y valores tradicionales, y contribuir a la comprensión intercultural y la tolerancia; garantizar actividades económicas viables a largo plazo que proporcionen beneficios socioeconómicos bien distribuidos a todos los actores, incluidas las oportunidades de empleo estables y los ingresos y servicios sociales para las comunidades de acogida; contribuir a la reducción de la pobreza.

El desarrollo del turismo sostenible requiere la participación informada de todas las partes interesadas pertinentes, así como un liderazgo político fuerte para la colaboración de base amplia y la creación de consenso. El turismo sostenible debe reportar un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa que los haga más conscientes de los problemas de sostenibilidad y fomente prácticas de turismo sostenible.

Tipología del turismo

García (2000) lo clasifica según variantes del turismo especializado, por ejemplo:

Turismo de aventura y cruceros; Ecoturismo: Turismo rural; Agroturismo; Turismo de salud; Turismo de negocios; Otros: Turismo Cultural, Deportes, entre otros.

Por otro lado, Ochoa y López (2010) proponen que los tipos turísticos se denominan según las actividades de interés y preferencias del turista, ejemplificando lo siguiente: Turismo de masas (sol y playa, deportes, entre otros), Individual o no de intervención,

Turismo de los operadores turísticos, Turismo cultural, Urbano: principalmente ciudades Patrimonio de la Humanidad, Monumental o vinculado a monumentos histórico-artísticos lejos de centros poblacionales importantes, Arqueológico o relacionado con la exploración y búsqueda de sitios, Funeraria o vinculado con cementerios o campos sagrados, Compras (Turismo comercial), Etnográfico o relacionado con las costumbres y tradiciones del pueblo.

Según Castillo (2013), las actividades relacionadas con o para el turismo pueden ser diversas, dependiendo de variables o criterios como: la zona geográfica preferida del turista (tipo de lugar y lugar de destino), duración del viaje, el alquiler del turista (poder adquisitivo), la motivación del viaje. De acuerdo con lo anterior las actividades realizadas en los viajes pueden ser religiosas, culturales, de entretenimiento, musicales, deportivas, comerciales, de congresos, de ocio, relacionadas con la salud u otras. En general, los autores coinciden en que las modalidades de turismo corresponden al tipo de actividad a realizar, entre las más comunes actualmente, se encuentran: turismo de ocio o sol y playa; turismo científico; ecoturismo; viaje de aventura; turismo agrícola, rural o agroturístico; turismo cultural; turismo histórico; turismo religioso; turismo gastronómico; entre otros.

Potencial turístico

Según Maass (2009), mencionado para Covarrubias (2015), el potencial turístico de una región depende de la valoración que se haga de sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en los productos turísticos.

Para poder identificar el potencial turístico de un territorio, es necesario elaborar un inventario de los recursos con los que cuenta un área determinada, para conocer sus características y luego realizar un análisis de dicho inventario.

Tabares (2003), citado por Covarrubias (2015), afirma que el inventario turístico consiste en una colección útil y fácil de interpretar, que permite conocer los atractivos de la región. Esta información se almacena en "fichas" que agrupan datos de localización, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, instalaciones, servicios, infraestructura y accesibilidad, entre otros.

Por otro lado, Barrera (2006), citado por Blanco (2008) y Covarrubias (2015), sostiene que una visión errónea del potencial turístico local, puede conducir a un sobredimensionamiento de proyectos, con efectos negativos sobre el medio ambiente (contaminación, degradación de sitios naturales), o sobre

la actividad económica del territorio (dependencia, aumento del costo de vida, endeudamiento de los municipios). Una mala percepción de las características y especificidades del territorio hace inapropiada la elaboración de una oferta turística local original, que permita diferenciar los territorios competidores que se encuentran al mismo nivel; la falta de conocimiento de las características de la clientela y de las tendencias del mercado, es perjudicial para el desarrollo de productos turísticos impulsados por la demanda.

Destino turístico

Según la OMT (2005), un destino turístico es un espacio físico en el que el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos como servicios de apoyo y atracciones, y recursos turísticos en un radio que le permite ir y volver en el día. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que determinan su competitividad en el mercado.

Por su parte, Ritchie y Crouch (2003) afirman que los elementos que conforman un destino turístico son: recursos naturales, infraestructura y superestructura, sectores operativos y recursos culturales. Los recursos naturales están constituidos por cualquier área disponible para su uso y que pueden ser disfrutados por los turistas. Incluye clima, geografía de la región, flora, fauna y cuerpos de agua, playas y belleza natural.

Un destino turístico es el lugar donde se realiza la actividad turística, es decir, es el lugar donde la gente va a hacer uso de la oferta turística y todos los elementos que lo componen. Los destinos turísticos pueden ser de gran diversidad, según la experiencia que busca el turista, ejemplo: playa, montaña, nieve, historia, entre otros.

Turismo en el desarrollo de la comunidad local

El turismo, como actividad económica y social, es una de las vías que puede tomar una comunidad para su desarrollo local, integrando su destino, recursos, atracciones, activos y la suma de sus actores. La comunidad local es el motor que impulsa o, en su ausencia, retrae todos los emprendimientos, estrategias y políticas relacionadas con la gestión del desarrollo de su destino (Gallardo, 2014). Siendo "local" un concepto relativo a un espacio más amplio, su desarrollo implica o se deduce de lo regional, pero con un énfasis más marcado en la comunidad. Así, la identidad, la sinergia y la hospitalidad, le dan el potencial para desarrollarse, a través del turismo, en un destino.

Para materializar los destinos, se definen políticas y estrategias con respecto al funcionamiento de sus empresas turísticas. Es necesario tener el apoyo y el conocimiento de los profesionales del campo para la productividad del trabajo en la localidad. En cada destino turístico, hay varios grupos de actores: profesionales, agencias, turistas y la comunidad. Es por eso que “el turismo como práctica social materializada en los destinos turísticos, origina una multiplicidad de relaciones a partir de las diversas interrelaciones” (Gallardo, 2014).

Es importante establecer, prioritariamente, en términos de desarrollo turístico, una planificación participativa estratégica, apoyada en proyectos nacidos de la conciencia y reconocimiento del papel de los actores locales.

MATERIAL Y MÉTODOS

Se realizó un muestreo aleatorio simple en dos comunidades costeras, una en la provincia de Pinar del Río, Cuba y otra en el archipiélago de Jambeli, en Ecuador. Se realizaron entrevistas con residentes y gobiernos locales; además, se aplicaron encuestas a una muestra seleccionada en cada comunidad.

Tamaño de la muestra para las encuestas (n):

Comunidad cubana (1): población total: 58, n = 50

Comunidad ecuatoriana (2): población total: 34, n = 30

Se analizaron las variables sexo, nivel de escolaridad (P: Primario; S: secundario; PU-preuniversitario; ES-superior; SE-sin estudios), ocupación (pescador, sin ocupación (ama de casa), estudiante y líder) y respuestas al cuestionario aplicado, con una valoración por preguntas entre 0 y 1, siendo 1 el valor más alto.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados procesamiento de encuestas

En cada comunidad estudiada, el sexo femenino fue mayoría, aunque en general el género es bastante equilibrado. Resultados de Rodríguez (2003) y Rodríguez, Bustio, Milián y Gutiérrez (2005), mostraron que el sexo femenino manifiesta mayor disposición a colaborar con temas de conservación ambiental e ideas para el turismo local. La escolaridad resultó con mejores resultados en la comunidad cubana, lo cual se explica por las facilidades existentes en el país para alcanzar los niveles educativos deseados. Típico de las zonas costeras, predominaron los pescadores y las amas de casa (Tabla 1).

Tabla 1. Datos generales de la encuesta para las dos comunidades.

Datos generales	Comunidad 1 (n=50)	Comunidad 2 (n = 30)
Sexo	F (30); M (20)	F (18); M (12)
Escolaridad	P: 15; S: 15; P-U: 10; ES: 5; SE: 5	P: 10; S: 8; PU: 2; SE: 10
Ocupación	Pescadores: 21; estudiantes: 18; amas de casa: 10; líder: 1	Pescadores: 8; amas de casa: 8; estudiantes: 12; líder: 2

Leyenda: P: Primario; S: secundario; PU: preuniversitario; ES: superior; SE: sin estudios.

Los resultados a las preguntas de la encuesta, denotaron un alto grado de incentivo en ambas comunidades para desarrollar el turismo; los individuos tienen un nivel de conocimiento aceptable acerca de los atractivos de la comunidad que le confieren valor turístico, a pesar de la falta de conocimiento en servicio al cliente, gestión empresarial y administrativa, regulaciones y legislación, con un bajo porcentaje también en cuanto a ideas empresariales. Las entrevistas se realizaron principalmente a pescadores y amas de casa, así como a representantes del gobierno local, con resultados generales similares a los de las encuestas, sin embargo, el gobierno local, se inclina a apoyar el espíritu empresarial en este sentido, especialmente, aquellos que están relacionados con el sector del turismo (Tabla 2).

Tabla 2. Resultados de los cuestionarios en cada comunidad estudiada.

Preguntas	Comunidad 1 (%)	Comunidad 2 (%)
1. Grado de incentivo para el desarrollo turístico	0:25 1:75	0:30 1:80
2. Conocimiento de las atracciones turísticas de su comunidad	0:40 1:60	0:50 1:50
3. Conocimiento del servicio al cliente	0:95 1:5	0:90 1:10
4. Conocimiento de la administración administrativa, regulatoria y legislativa	0:85 1:15	0:95 1:5
5. Ideas emprendedoras	0:75 1:25	0:60 1:40

Con los datos obtenidos en cada comunidad, se elaboró una matriz FODA con los aspectos generales superpuestos, cuyos resultados fueron:

Fortalezas:

Se cuenta con incentivos para el desarrollo del turismo en las comunidades.

Aunque con poca profundidad, un buen porcentaje conoce las atracciones turísticas de su comunidad.

Apoyo del gobierno local.

Oportunidades:

La demanda nacional e internacional de turismo natural local, con énfasis en las áreas costeras.

Apoyo de universidades y entidades del sector turístico.

Debilidades:

Desconocimiento sobre administración de negocios, administración, regulaciones y legislación para iniciar pequeñas empresas.

Escaso grado de emprendimiento en la mayoría de los habitantes.

Amenazas:

Necesidad de búsqueda de financiamiento.

Sistematización en las tareas.

Se requiere de tiempo para el entrenamiento.

De todo el estudio realizado se derivaron alternativas que fueron puestas en manos de la comunidad y el gobierno, así como otros actores involucrados, como universidades de la provincia y dependencias del Ministerio de Turismo.

Propuesta de alternativas o ideas generales emanadas del estudio

El gobierno local y los dirigentes comunitarios identificados, coordinarán con las entidades universitarias y del sector turístico para desarrollar el plan de diagnóstico y capacitación, basado en las brechas de conocimiento identificadas y otras que se consideren de interés.

Tomar como referente la metodología de Lalangui (2017), adaptada de Cabanilla (2013), que simplifica las reuniones en dos talleres y una vía de salida, con el fin de garantizar la asistencia de todos los actores a los talleres programados de diagnóstico y formación, así como el recorrido por el área para identificar potencialidades.

Incluir en el programa de capacitación, temas de liderazgo, emprendimiento basado en el desarrollo local, estudios de mercado simples, capacidad de carga turística en el área, además de las brechas detectadas en el servicio al cliente, administración de negocios, regulaciones y legislación.

Coordinar con las instituciones del gobierno local para la creación de pequeñas empresas turísticas, apoyo financiero y aspectos de legalización.

Desarrollar proyectos sencillos para cada empresa que se pretende crear.

Posibles pequeñas empresas

Gastronomía: Un pequeño restaurante de comida típica, con condiciones higiénicas, idiosincrasia culinaria y excelente atención.

Creación de un organopónico en el que se produzcan frutas y hortalizas frescas, garantizando una cesta para el turista de productos propios y de calidad, para que se combine el agroturismo, es decir, una visita al lugar con explicación del proceso de producción, con guías entrenados para ello.

Pequeña tienda de artículos artesanales confeccionados a partir de material reciclable y recursos propios de la zona costera.

Sala de recreo con música y danzas típicas, refrescos y bebidas elaboradas en el lugar, como el agua de coco y refrescos de frutas.

Recorrido náutico por la zona costera para admirar manglares, fauna, especialmente aves, con guía para animar e instruir sobre la biodiversidad del sitio.

Casa museo donde se refleje la historia local, así como las manifestaciones artísticas de sus habitantes.

CONCLUSIONES

La consolidación del trabajo vinculado entre profesionales, agencias y la comunidad, es la forma más positiva y profunda de generar un desarrollo turístico duradero. También es necesario reconocer que, como actividad dinámica y en constante cambio, es el turista quien demanda nuevas formas de alojamiento, actividades y, en definitiva, nuevos tipos de turismo, entre los que se cuentan aspectos culturales, gastronómicos y todo lo relacionado con la comunidad local, es una tendencia actual y prospectiva. El apoyo gubernamental y del Ministerio de Turismo en particular, así como las instituciones educativas, especialmente las universidades, son importantes para la implementación eficiente de las propuestas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cabanilla, E. (2013). *Manual integral de trabajo de campo, con un enfoque participativo, en lo social, espacial y económico, para la determinación potencial de la relación comunidad/turismo comunitario: del diagnóstico al plan de negocios*. Recuperado de: <http://es.sli-deshare.net/ecabanilla/turismo-comunitario-del-diagnostico-al-plan-de-negocios>

- Castillo, E. (2013). *Tipologías turísticas*. Disponible en: <https://hablamosdeturismo.wordpress.com/2013/08/29/tipologias-turisticas/>
- Covarrubias, R. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Universidad de Colima, México.
- Gallardo, M.V. (2014). *Desarrollo Turístico Local. Las capacitaciones como estrategia de participación*. Argentina: Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.
- García, J. (2000). *Monografía Turismo: Variantes e Impactos*. Matanzas: Universidad de Matanzas.
- Ochoa, F., & López, L. (2010). *Cadenas de valor de turismo sostenible. Guía metodológica, caso Suesca*. Bogotá: Fundación Endesa Colombia, Corporación Biocomercio Sostenible.
- Organización Mundial de Turismo (OMT). (1995). *Carta Mundial del Turismo Sostenible*. Lanzarote, Islas Canarias: OMT, UNESCO, PNUMA, Comisión Europea.
- Organización Mundial de Turismo (OMT). (2005). *Taller Regional para Países Andinos sobre Indicadores de Sostenibilidad de Destinos Turísticos*. Organización Mundial del Turismo, Bolivia.
- Ritchie, J.R., & Crouch, G. (2003). *The competitive destination. Sustainable tourism perspective*. United Kingdom: CABI Publishing.
- Rodríguez, G. (2003). *Bases para el manejo sostenible de un bosque de manglar en estado de deterioro, sector Coloma-Las Canas, Pinar del Río*. Cuba (Tesis doctoral). Universidad de Alicante, España.
- Rodríguez, G., Bustio, A., Milián, I., & Gutiérrez, M. (2005). *¡Todo Cuenta! El valor de las iniciativas de conservación con enfoque de género en América Latina*. San José, Costa Rica: IUCN.