



Turismo **En**
COMUNidades

Revista Científica de Turismo

ISSN. Depósito Legal: ppi201402ME4569

Año 4 Núm Único Ene-Dic 2025

**Un diálogo sobre
sostenibilidad, inclusión
y gastronomía local**

Autoridades

**Ministerio del Poder Popular
para la Educación Universitaria**

Dra. Ana María San Juan

**Ministerio del Poder Popular
para el Turismo**

Msc. Daniela Cabello

**Universidad Nacional del
Turismo**

Rectora: *Dra. Azucena Jaspe*

Secretario: *Dr. Manuel Cañate*

Vicerectora Académica: *Lic. Gladys Ayala*

Comité Editorial:

Dr. Juan Enrique Luján Anzola

Dra. María Angela Petrizzo Páez

Esta obra se rige por una Licencia Creative
Commons Atribución No-Comercial-
Compartir Igual 4.0 Internacional

Dirigir comunicaciones a:

direccion@hotelescuola.org.ve

cenintur@hotelescuola.org.ve

@unatur_ve

http://revistahelav.org

ÍNDICE

04

Presentación

Dr. Juan Enrique Luján Anzola

08

Eco animación y recreación en el entorno hotelero: una mirada ecológica en la promoción socio cultural y ambiental de los nevados

Msc. Severio Dugarte Peña

20

Una mirada al modelo de educación universitaria en Venezuela orientada al sector turismo

Abog. Álvaro Chacón

30

Importancia de las incubadoras de empresas turísticas universitarias, para el fortalecimiento de los emprendedores a través de los Centros de Investigación

Arq. Nancy Margarita Sosa Pico

45

Entornos saludables, ciudadanía y paz en el turismo venezolano

Soc. Reiny Beth Torres Barroso

54

El senderismo como actividad turística sostenible en la comunidad de Tucupido del estado Anzoátegui

MSc. Yenny Cardozo

64

Turismo y gastronomía como ciencia

Lic. María Elena Ramos Padrón de Díaz

73

Los emprendimientos en dulcería criolla de los estudiantes de la Universidad Nacional del Turismo extensión Los Roques como propuesta de proyecto socio productivo para la diversificación del Turismo Cultural y Gastronómico.

Esp. Adriana Blanco Mejías, Licdo. Francisco Urbina Sánchez y Br. Wendy Narváez

80

Impacto socioeconómico y medioambiental del turismo en la Sierra Nevada de Los Andes Venezolanos. Eje Teleférico Mukumbarí

Polit. Maghella T. Mendoza Dugarte

84

Repensando el patrimonio cultural local desde las perspectivas del turismo sustentable: algunas pistas en la Caracas biopatrimonial.

*Dr. Maury Abraham Márquez G.,
Dr. José Medina Bastidas*

95

Rompiendo barreras: estrategias para mejorar la accesibilidad turística para personas sordas en el estado Mérida.

Lic. María Fernanda Vera Molina

99

La Gastronomía Sostenible: un análisis de sus dimensiones, y desafíos en el contexto actual

Biog. Daniela Briceño Piñero.

109

Más allá de la sonrisa: el impacto de la gestión emocional en la calidad de los servicios turísticos.

MSc. Adys Karolina Reyes Méndez

115

La gestión del marketing turístico: una herramienta fundamental para la promoción de destinos.

Lic. Ender Carrasquel

122

El estado del arte como metodología de investigación aplicada a la actividad turística

Ing. María Mariani Contreras Salazar

Presentación

Para la Universidad Nacional del Turismo, el Centro Nacional de Investigaciones Turísticas, así como para el equipo editorial de Turismo en Comunidades es un honor presentarles una nueva edición que se sumerge en los pilares fundamentales del desarrollo turístico sostenible e inclusivo en Venezuela. Nuestro país, bendecido con una diversidad natural y cultural incomparable, posee un potencial que va más allá de sus atractivos conocidos. Este número ha sido meticulosamente elaborado para ofrecer análisis, investigaciones y reflexiones que buscan transformar la visión tradicional del turismo, posicionándolo como una verdadera herramienta de progreso y cohesión social.

El primero de estos pilares, y foco central de diversas investigaciones aquí contenidas, destaca la gastronomía local, la cocina venezolana es un espejo vibrante de su historia, las migraciones y su geografía, siendo un producto turístico en sí mismo. En estas páginas, exploramos cómo la revalorización de platos, ingredientes ancestrales y rutas gastronómicas puede no solo atraer a visitantes, sino también generar cadenas de valor económico robustas para productores y emprendedores locales, convirtiendo cada bocado en una experiencia cultural inolvidable y sostenible.

Íntimamente ligado a la gastronomía, el turismo comunitario se erige como el eje vertebrador de esta edición. Este modelo promueve una participación protagónica de las comunidades locales en la gestión y los beneficios de la actividad turística. Los artículos que presentamos resaltan casos de éxito y propuestas metodológicas donde el patrimonio, la identidad y los saberes ancestrales son la materia prima, asegurando que la derrama económica beneficie directamente a quienes son los guardianes del territorio y su cultura.

No se puede hablar de desarrollo sin abordar el tema crucial de la inclusión social, el turismo, tiene la capacidad única de ser un motor para lograr contextos sociales que logren la equidad para su población. En este número, se analizan estrategias para garantizar la accesibilidad, la capacitación y la incorporación de grupos históricamente marginados, incluyendo mujeres, jóvenes y personas con discapacidad, en la oferta turística nacional. Un turismo verdaderamente sostenible es, por definición, un turismo inclusivo.

La valoración de la diversidad turística en Venezuela se manifiesta en la multifacética oferta que va desde las cumbres andinas hasta las costas caribeñas, pasando por la inmensidad de los llanos y la selva amazónica. Las investigaciones aquí compiladas invitan a descubrir y potenciar nichos como el ecoturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo y el turismo cultural. Se enfatiza la necesidad de un enfoque diversificado que distribuya la presión turística y ofrezca experiencias auténticas y diferenciadas en cada región.

Confiamos en que esta edición de Turismo en Comunidades se convierta en una herramienta esencial para investigadores, gestores públicos, emprendedores y miembros de las comunidades. Nuestro compromiso es seguir brindando una plataforma para el análisis riguroso y la promoción de prácticas turísticas que impulsen un desarrollo económico equitativo, fortalezcan la identidad cultural y celebren la incomparable riqueza natural y humana de Venezuela. Les invitamos a explorar y reflexionar sobre el potencial que tenemos en nuestras manos.

Dr. Juan Enrique Luján Anzola
Editor Turismo en Comunidades

Artículos

Eco animación y recreación en el entorno hotelero: una mirada ecológica en la promoción socio cultural y ambiental de los nevados

MSc Severio Dugarte Peña

Resumen

La eco animación y recreación es una temática que reviste gran importancia por cuanto involucra el estudio del contexto social, cultural, y ambiental de la localidad andina de Los Nevados, lo cual implica que tanto facilitador como participantes deben manejar conocimientos en diferentes áreas que les permita generar experiencias significativas, tomando en cuenta que así está estipulado en los nuevos paradigmas educativos, que lo que busca es la promoción de alternativas innovadoras de formación integral para hacerlo cada día más accesible al futuro técnico superior en hotelería, específicamente en la comprensión de los diversos contenidos. A tal efecto, se trata de revitalizar la visión ecológica de la animación y la recreación, a través de experiencias con los estudiantes de manera práctica.

En este sentido es pertinente resaltar que los futuros técnicos superior en hotelería, en la actualidad demandan de espacios educativos donde consoliden la interacción, y el fortalecimiento del aprendizaje, por ello, a partir de este tipo de procesos formativos se busca producir cambios paradigmáticos en la manera de concebir la eco animación y recreación. Para que sean abiertos, dinámicos, flexibles, generadores de estadías plenas y placenteras donde se conjuguen los ambientes socio naturales y culturales en el sector turismo.

Palabras Claves: eco animación y recreación, socio cultural y ambiental, Los Nevados

Introducción

La Unidad Curricular de Animación y Recreación, está enfocada al desarrollo de actividades de formación socio cultural que permiten al estudiante adquirir conocimientos teóricos prácticos sobre, el cómo enfrentar situaciones interactivas para el aprovechamiento de los entornos socio naturales, de los recursos, del tiempo libre de una persona dentro del ambiente hotelero y del turismo.

En este contexto, los aspirantes al Técnico Medio en Hotelería podrán descubrir las maravillosas bondades que nuestro padre eterno puso sobre estas tierras andinas, paisajes

míticos, lagunas encantadas, animales silvestres, plantas de diferentes especies, y lo más importante el rescate de nuestras tradiciones y costumbres ancestrales.

Asimismo, la manera como deben organizar y planificar acciones cuando se inicien en este campo de trabajo. Por lo tanto, la Unidad Curricular de este pensum de estudio, es obligatoria para todos los estudiantes de esta prestigiosa Universidad. Entonces, lo primero que debe comprender un estudiante, es reconocer sus habilidades y destrezas de pensamiento, asumiendo una concepción plena y armónica de su postura ecológica frente al compromiso con estos parajes, con una actitud positiva y con cualidades sostenibles que favorezcan la ecología turística, el amor por lo vivido siendo un animador presto al servicio de las personas de cualquier edad.

Ahora bien, el uso de los espacios naturales le va permitir al futuro gerente hotelero asumir que la eco animación es una acción permanente, dinámica y ajustada a los entornos socio naturales, en la cual el ser humano pueda obtener la mayor suma de felicidad posible al consumir un producto de forma holística, pues indiscutiblemente, este agente debe mantener una actitud de alegría y una expresión de motivador ante cualquier reto, teniendo la oportunidad de hacer de la gerencia hotelera un ambiente de armonía ecológica. Todo ello en referencia a lo planteado por Álvarez (2018) quien señala:

“La animación hotelera es el conjunto de actividades que se desarrollan dentro de un establecimiento con el fin de entretener y crear un ambiente festivo capaz de promover las relaciones sociales a través de acciones de ocio vacacional y socioeducativas.”

Significa entonces, en primer término, que la animación como proceso de formación ecológico sustentable, este enfocada de ilusión de movimiento, preservación sobre los espacios naturales de la geografía merideña, la recreación como excusa para conocer las bondades de nuestro pueblo andino de Los Nevados en su conjunto de actividades en la que mente, cuerpo y espíritu se conjugan de forma dialéctica para el desarrollo integral y holístico del ser.

Lo expuesto, permite señalar que cuando se habla de eco animación, se puede estar haciendo referencia al contacto directo con lo socio cultural y ambiental que posee las comunidades andinas, en cualquiera de sus variantes; tradicionales y contemporáneas, rurales y urbanas; de montaña, y a todos los elementos naturales que ellas actualmente contienen.

Ello supone, que el futuro técnico en hotelería debe abordar desde el acto pedagógico y la construcción de aprendizajes del área de eco animación y recreación los saberes populares y los valores sociales y comunitarios del pueblo andino de Los Nevados, los cuales coadyuvan a una visión que oriente toda la experiencia ecológica. Por lo tanto, el área de eco animación y recreación debe ser repensada, valorada, aprendida y comprendida por todos los estudiantes dentro de la universidad.

Por otra parte, en el caso de la difusión, promoción y realce de los valores socio culturales y ambientales locales, las actividades de eco animación y recreación se transforman en el conjunto de acciones que diseña el animador de forma organizada, secuencial y sistemática para vincular la estadía con el contexto cultural y social en que se hospedan los visitantes; con la finalidad de revitalizar estos espacios, estructurar un proceso de valoración amplia que considera el contexto cultural de los pobladores de Los Nevados, con sus costumbres, saberes construidos, visiones ecológicas de mundo, dirigido a favorecer la estadía, que pasa a ser culturalmente significativo para el sector hotelero.

Caso en la que, se pueda experimentar y disfrutar del tiempo de ocio, como elementos fundamentales para la búsqueda permanente de la salud físico - mental, el contacto directo con la naturaleza porque nos proporcionan la posibilidad de despejar la mente dedicando al tiempo libre actividades ecológicas reflexivas que se disfruten realmente.

Es evidente, estas acciones sirven para trascender en el tiempo, en el espacio y romper con la rutina de las obligaciones cotidianas, y así aliviar el estrés acumulado. Pues, de lo que se trata es promocionar el descanso en diversión desde una mirada ecológica fomentando la sustentabilidad y la sostenibilidad.

Ante tal escenario, aquellos hoteles donde no brinden al huésped actividades de eco animación y recreación utilizando los espacios socio naturales cometen el error de perder de vista todo el potencial cultural que ofrece la geografía merideña, estas pudieran quejarse en lo referente a que “tanto tiempo en tranquilidad puede ser aburrido” En cambio, sería una oportunidad valiosa utilizar estos espacios, haciendo diferente la estadía para aquellos huéspedes alojados en hoteles que ofrezcan este servicio ecológico, pues estos van a sentirse agradados y por ende aseguramos que regresen nuevamente al mismo lugar en las próximas vacaciones.

En efecto, se observa un nuevo paradigma de formación en el área de animación y recreación, que busca reemplazar un viejo modelo teórico y descontextualizado para reemplazarlo por uno basado en la eco animación, mediante el cual el facilitador promociona su conocimiento de valores socio culturales y ambientales a fin de que él participante en hotelería se apropie del conocimiento y convierta la reflexión sobre éste en la base de sus propias actitudes, prioridades, opciones y acciones.

Por esta razón surge el presente artículo, cuya finalidad es brindar una mirada ecológica en la promoción socio cultural y ambiental de Los Nevados que puede ejecutarse en el contexto de la institución universitaria en estudio. Producto de la reflexión adquirida en la experiencia práctica regentando esta área curricular.

No obstante, los hoteles pueden tener toda la infraestructura necesaria para la realización de la animación, (piscina, áreas deportivas, áreas verdes entre otras.) pero los gerentes, directores y demás personas en muchas ocasiones reales no conocen de la importancia de esta actividad, o no poseen al personal capacitado para este trabajo que es el animador recreador, el cual va a tener la oportunidad de planificar acciones ecológicas especiales para todas las edades del ser humano dentro de un hotel.

En consecuencia, ante tal realidad la persona ideal para este trabajo es el futuro gerente hotelero formados en nuestras aulas universitarias, que sea capaz de darle valor agregado a estos espacios socio naturales, en la que utilice los conocimientos ecológicos adquiridos en la unidad curricular, desarrollada asertivamente por el facilitador de la cátedra, quien con su perfil aporta los conocimientos a la formación eco animación y recreación de estas personas, además en su alineación profesional regenta una asignatura nombrada recreación, la cual es de formación integral para ese trabajo, no negando la racionalidad perfecta de algunas personas que tienen habilidades y destrezas desarrolladas que son excelentes.

Tomando en cuenta, si se considera la eco animación y recreación como una actividad formativa de la visión ecológica a través de las manifestaciones socio culturales y ambientales del entorno, es fácil advertir el movimiento pendular que puede caracterizar un proceso formativo en relación a la promoción socio cultural a través del desarrollo de experiencias de aprendizaje desde la universidad que permitan comprender y utilizar los recursos de la naturaleza andina. En este caso la de Los Nevados.

Visión de la Unidad Curricular Eco Animación y Recreación

Al escoger a la ciudad de Mérida como sitio turístico por excelencia, el futuro gerente hotelero debe internalizar que su visión es la de crear las condiciones necesarias para darle el hospedaje debido para que la estadía sea lo más placentera posible.

En tal sentido, el facilitador del área de eco animación y recreación como promotor socio cultural y ambiental debe ser un gestor del conocimiento y facilitador del encuentro entre el participante en hotelería y la ecología sistematizada como contenido. De este encuentro surge el conocimiento en lo individual y lo colectivo que dependen como siempre, pero como nunca antes de encuentros virtuosos con la realidad socio cultural y ambiental andina de la que derive la construcción del conocimiento ecológico necesario para transformar las realidades en las que la estadía placentera sea posible.

Qué ofrece Mérida

Visto de esta manera, el TSU en hotelería puede ofrecer eco animación y recreación a través de diferentes actividades como, por ejemplo, organizar visitas guiadas en las cuales participan

y ofrecen acciones deportivas, dinámicas grupales, baile terapias, yoga sostenible, campamentos, rutas turísticas entre otras, cuya finalidad es hacer que sus visitantes sean motivados a pasarla bien en un ambiente ecológico de diversión sana.

En otras palabras, el eco animador recreador, tiene una visión profesional amplia, indispensable en las plantillas de los hoteles, que hacen de los diferentes lugares turísticos un espacio para la diversión, el contacto directo con la naturaleza, por ello estos cumplen una función importante.

Al mismo tiempo, la eco animación y recreación dan el justo tratamiento a la mirada ecológica en la dimensión hotelera involucrando la cosmovisión integral de los diferentes contextos sociales, naturales y culturales del ambiente andino, donde las relaciones del pasado y del presente se conjugan dialécticamente en las proyecciones espirituales, imaginario que revitalizan los modos de vida propios.

En consecuencia, el eco animador y recreador su formación está claramente enmarcada debe ser una persona experta en esta rama del saber, con competencias claras para cumplir la función de organizar y planificar actividades en el contexto de la eco animación y la recreación; es decir que tenga sentido de pertenencia, oriente a la preservación del ecosistema natural, promueva acciones artísticas, manuales, intelectuales y deportivas entre otras, para que todas las personas disfruten y aprendan sobre esto en los establecimientos turísticos, en fin de cuentas su objetivo es entretener, revitalizar y organizar el ocio de los usuarios.

Ante tal situación, los gerentes y directores de los hoteles deben tomar conciencia del desarrollo humano de este profesional que es necesario, por cuanto el mismo va a ofrecer el entretenimiento y la organización del tiempo libre de los usuarios del hotel. En este sentido, la Universidad Nacional del Turismo de los Andes Venezolanos, imparte conocimientos ecológicos manteniendo la innovación tecnológica y un constante aprendizaje sustentable y sostenible.

Es evidente, la Universidad aspira que el candidato a técnico superior en hotelería y turismo obtenga una noción básica de las actividades de eco animación y recreativas enfocadas al dominio de técnicas de conducción de grupos, para que las utilicen en su ocupación laboral, con el objetivo de prestar una contribución más activa y agradable del huésped en los diferentes ambientes naturales del espacio turístico como paradores, comunidades, atractivos naturales y culturales entre otros.

Así que, los tópicos que pudieran contribuir con la formación del perfil del egresado como Tecnólogo en Turismo, serían en primer lugar, una unidad que aborde la eco animación y la recreación en el ámbito hotelero y turístico en la región merideña, en la cual los estudiantes

puedan organizar el conocimiento básico de estos contenidos de acuerdo a las insuficiencias y tendencias del turismo en nuestro país, así como las capacidades que debe tener el animador turístico para el contacto directo con la naturaleza.

Asimismo, un segundo escenario donde se le permita al estudiante lo referente a la clasificación de las actividades recreativas y las técnicas de animación ecológicas que se llevan a cabo según la tipología de grupos y el perfil del turista. En este sentido, una última unidad curricular sería, la referente a la planeación y ejecución de los tipos de programas de recreación y animación turística en diferentes entornos y contextos del ámbito turístico.

El papel del facilitador en la clase de Eco animación y recreación

Para esto, es necesario que el facilitador que tenga la responsabilidad de ser guiador de esta unidad curricular debe organizar clases teóricas y prácticas con sus estudiantes, en virtud de hacer posible que se conjugue la teoría con la práctica, para luego evaluar sus debilidades y fortalezas que se tiene. Por esto, debe mantener un sentimiento de pertenencia, motivación en su parte inicial, desarrollo y cierre de la misma. En este sentido, la eco animación y recreación sociocultural va a permitir un interaprendizaje integral donde todos aprendemos y por ello para (Viché: 2012), esta es vista como:

“La concepción bancaria de la práctica educativa lleva implícita la división de los roles educativos entre aquellos que enseñan y aquellos que son enseñados, entre aquellos que saben y aquellos que han de aprender, aquellos que representan las dinámicas y estrategias del sistema sociocultural y aquellos que han de ser socializados.”

puedan organizar el conocimiento básico de estos contenidos de acuerdo a las insuficiencias y tendencias del turismo en nuestro país, así como las capacidades que debe tener el animador turístico para el contacto directo con la naturaleza.

Asimismo, un segundo escenario donde se le permita al estudiante lo referente a la clasificación de las actividades recreativas y las técnicas de animación ecológicas que se llevan a cabo según la tipología de grupos y el perfil del turista. En este sentido, una última unidad curricular sería, la referente a la planeación y ejecución de los tipos de programas de recreación y animación turística en diferentes entornos y contextos del ámbito turístico.

El papel del facilitador en la clase de Eco animación y recreación

Para esto, es necesario que el facilitador que tenga la responsabilidad de ser guiador de esta unidad curricular debe organizar clases teóricas y prácticas con sus estudiantes, en virtud de hacer posible que se conjugue la teoría con la práctica, para luego evaluar sus debilidades y fortalezas que se tiene. Por esto, debe mantener un sentimiento de pertenencia, motivación

en su parte inicial, desarrollo y cierre de la misma. En este sentido, la eco animación y recreación sociocultural va a permitir un interaprendizaje integral donde todos aprendemos y por ello para (Viché: 2012), esta es vista como:

“La concepción bancaria de la práctica educativa lleva implícita la división de los roles educativos entre aquellos que enseñan y aquellos que son enseñados, entre aquellos que saben y aquellos que han de aprender, aquellos que representan las dinámicas y estrategias del sistema sociocultural y aquellos que han de ser socializados.”

De ahí que, es necesario hacer la clase atractiva mediante el ofrecimiento de charlas e investigaciones que tengan como finalidad adquirir conocimientos teóricos y prácticos en cuanto a los entornos naturales de la ciudad merideña, para luego fijar actividades de eco animación y recreación que puedan desarrollarse en las rutas turísticas seleccionadas de estos lugares no conocidos.

Por consiguiente, las visitas guiadas a estas partes de este entorno natural deben ser bien organizadas y planificadas por el promotor recreador, en todo caso de lo que se trata es de animar y alegrar al huésped, para que conozca lo desconocido y se lleve una buena imagen del servicio prestado por los gerentes hoteleros.

Esta función del eco animador recreador crea las condiciones objetivas y subjetivas de la participación plena y total de los huéspedes en cada una de las actividades ecológicas desarrolladas con un enfoque interdisciplinario desde los entornos socio culturales y ambientales, que genera ciertas conductas positivas de un modo casi simultáneo, lo cual ayuda a interpretar la conducta sustentante y la capacidad sostenible.

Al mismo tiempo, visitar las distintas lagunas que hay en el estado Bolivariano de Mérida, los museos, las aguas termales que existen, el parque Sierra Nevada, el Zoológico del parque Chorro de Milla, el Páramo de la Culata, los diferentes Pueblos del Sur son lugares que ofrecen los entornos naturales de esta ciudad de los caballeros.

Con base a lo anterior, la expedición pedagógica brinda a los estudiantes de hotelería la posibilidad de observar en forma directa, cómo funcionan los distintos procesos que conforman la vida cotidiana de la comunidad de Los Nevados. Por lo tanto, el entorno socio cultural y ambiental adquiere una real importancia porque prevé de alternativas de enseñanza innovadora alejada de los esquemas tradicionales. De este modo, la expedición hacia Los Nevados se convierte en un medio para practicar la eco animación recreación y permite el logro de experiencias significativas en las distintas áreas del conocimiento.

Entonces, por ejemplo, tener la oportunidad de ir a conocer el pueblo de Los Nevados es una experiencia significativa para estos chicos que cursan esta unidad curricular, puesto que es el pueblo del sur más visitado por el turismo local e internacional.

De hecho, para poder transmitir conceptos importantes y profundos de una manera fácil y sencilla sería mediante el recorrido de este pueblo, y así verdaderamente conocerlo y hacerlo consciente dentro del marco de la Ecología del Desarrollo Humano Sostenible. Por esta razón, es interesante que los estudiantes tengan la oportunidad de explorar y conocer el cómo llegar a este pueblo y concientizar la mirada en lo concerniente a su promoción sociocultural de la idiosincrasia de esta tierra de gracia, cuna de los pueblos del sur como lo señala Omar Sánchez oriundo de este lugar.

El pueblo de Los Nevados y su contextualización sociocultural

Partiendo de la premisa que la eco animación y recreación es el arte de formar para la promoción socio cultural y ambiental, se puede afirmar entonces que todo proceso de atención a los huéspedes, implica la utilización adecuada de la visión ecológica sostenible, es decir, que la eco animación y recreación como disciplina académica es la responsable del proceso educativo organizado como un conjunto indivisible integral, todo ello se logra por, la actuación de facilitadores creativos e innovadores y estudiantes de hotelería plenamente motivados.

Desde esta perspectiva, visitar al pueblo de Los Nevados bajo la misma luz sobre la misma tierra en sus colectividades poseedor de una cultura única, que los hacen merecedores del respeto y la consideración, que se armoniza con la naturaleza de la sierra nevada, coexiste tradiciones propias y formas arcaicas con los elementos más avanzados de la vida moderna que hoy se mezclan sin cesar, formando el rostro vigoroso del conjunto de personas andinas que allí viven.

Por ende, es parte vital de esta mezcla oriunda de los indígenas que hacen muchos siglos levantaron el paisaje de piedras que adornan ecológicamente las terrazas de sus siembras en la agricultura.

Este pueblo prácticamente se detuvo en el tiempo, optaba por un sistema de producción a la agricultura básica de siembra de trigo, arvejas, maíz y papa; además, crían animales domésticos, acompañado de la pesca de truchas, donde sé que salían a la ciudad de Mérida durante algunas épocas del año para buscar mejores condiciones de vida.

Es decir, los indígenas son verdaderamente las raíces de Los Nevados, que germinan de manera sistemática. Así pues, vemos ahora rostros vivos semejantes a estos, expresando las virtudes intrínsecas de la raza humana, como son: la generosidad, el sentido de la belleza, el estoicismo y la dignidad.

Rutas para llegar a este encantador pueblo

En el contexto andino la eco animación y recreación cobra un interés estratégico para la promoción de la ecología socio cultural y ambiental, que se observa en el pueblo andino de Los Nevados dando origen a diversos debates para la dinamización de las actividades turísticas y hoteleras.

En este contexto, los pobladores de Los Nevados tienen dos vías para salir a la ciudad de Mérida, una y la más antigua es el camino hacia el teleférico, la otra por la carretera vía el Morro. Entonces si lo hacen por el camino viejo, sus pobladores están organizados como arrieros y ellos se turnan los días de visita del turismo a la tercera estación llamada Loma Redonda del Teleférico de Mérida.

De manera que, si lo hacen por la ruta de la carretera, por esta pueden transitar carros con transmisión doble es decir vehículos de 4x4. Según opinión de los turistas que han transitado por esta ruta opinan que es la más peligrosa de Venezuela.

Su línea de transporte que funciona actualmente está ubicada en el Parque de las heroínas y el turista fija la hora de salida. En consecuencia, se recorre por la vía que va hacia el pueblo del Morro.

Por tanto, siempre se acostumbra a salir a la siete de la mañana, por cuanto el chofer puede parquear en varios miradores donde el visitante tiene la oportunidad de sacar fotos y disfrutar de ese ambiente ecológico de tranquilidad y del aire puro que ofrece esos entornos naturales

Bajo este enfoque, el visitante tiene la oportunidad durante este viaje de experimentar experiencias significativas por cuanto vive el recorrido por esta ruta hasta llegar al pueblo aproximadamente en horas de mediodía.

Importante señalar, que este pueblo tiene una sola calle, la cual esta empedrada. Asimismo, tiene la plaza más pequeña de todas las que existen en los pueblos de Venezuela. Además, según información obtenida de los libros que tienen estas posadas, todos en sus escritos por turistas locales e internacionales mencionan que este lugar es espectacular porque tiene una tranquilidad única, se puede respirar el verdadero aire puro y el trato de su gente es muy cordial.

Así que, el turista tiene la oportunidad de hacer paseos a caballo por diferentes lugares de este pueblo, al igual pueden retornar a la ciudad por el camino hacia la cuarta estación del teleférico, llamada Loma Redonda, con la ayuda de un arriero con sus bestias mulares.

El trayecto para llegar a esta estación es de aproximadamente cuatro horas. Por esta ruta, el camino es de tierra cuando se transita por la montaña de este entorno natural, en este hay una vegetación bien llamativa adornada por quebradas de aguas dulces cristalinas. Luego al llegar al puente de la media luna, inicia el recorrido del páramo con un camino cubierto por muchas piedras, en su recorrido se pueden observar diferentes picos los cuales le dan un toque mágico agradable para contemplar este hermoso entorno natural.

De ahí que, hay un lugar que se llama el alto de la Santa Cruz, este sitio es donde termina la subida para luego descender y llegar a la estación Loma redonda. Lo interesante de este recorrido al descender es que se puede observar de muy cerca la laguna de los anteojos y el pico Bolívar el más alto de Venezuela.

Estos escenarios dan evidencia de la riqueza natural para la producción sistemáticas de actividades ecológicas sostenibles que potencian los contextos socio culturales y ambientales del sector turístico. Dejando un legado para que las generaciones futuras puedan disfrutar de estos parajes de forma plena y armónica.

Memoria histórica de sus pobladores

Aprovechando los aportes epistémicos de la eco animación y la recreación en el contexto de la hotelería y el turismo, bajo las expediciones pedagógicas con los estudiantes candidatos al Técnico Medio en Hotelería de la Universidad Nacional del Turismo de los Andes Venezolanos, se puede fijar como objetivo general el indagar sobre las memorias históricas de los pobladores de los Nevados, y de esta manera, promocionar la investigación etnográfica de estos entornos naturales para generar conocimiento en los estudiantes, y así se pueda obtener información sobre:

El cómo es el contexto Geográfico de este pueblo, cuales fueron y son los personajes de este lugar, su cosmovisión axiológica, lo real e imaginario de sus mitos y leyendas, sus migraciones y poder describir la realidad de este pueblo andino de Los Nevados en la actualidad.

En este propósito, lo que se trata es de conocer nuestras raíces, promocionar lo creado anteriormente y fortalecer su historia; es decir comprender el significado de merideñidad que es la forma de vida de este ciudadano de acuerdo al entorno en el cual vive y comparte con sus habitantes desde la unidad curricular eco animación y recreación con una mirada ecológica.

Entonces como lo señala Valbuena (2018), la Merideñidad son: las “cualidades y características específicas entrelazadas con sus habitantes, la relación geográfica se amplía

y enriquece con el comportamiento, actividades y costumbres de los habitantes y todas juntas contribuyen a definir la identidad o sentido de pertenencia de los pueblos, cualquiera sea su escala: local, regional, nacional.”

De allí, la importancia de la formación académica del estudiante en eco animación y recreación en el entorno hotelero, porque le permite mirar y promocionar lo sociocultural de la idiosincrasia de cualquier pueblo. Cosa que, es oportuna para el futuro gerente hotelero porque adquiere el conocimiento con aprendizajes significativos de los diferentes entornos andinos del pueblo de Los Nevados en el estado bolivariano de Mérida – Venezuela.

Reflexiones finales

El camino al cambio de aprendizaje en el ámbito universitario puede ser el uso de la eco animación y recreación para promover la innovación en educación universitaria, porque permite el desarrollo de actitudes y aptitudes ecológicas sostenibles a través de experiencias significativas y sustentables.

De la misma manera, es de acotar que en el presente artículo se evidencio una revisión en la praxis pedagógica en la Unidad Curricular Animación y Recreación, la cual busca dar un giro para contribuir sistemáticamente con la motivación y participación de los estudiantes en actividades ecológicas sostenibles que le permitan integrarse como lo amerita esta sociedad y juventud en permanente cambio.

En este sentido, se necesitan de muchos intentos, innumerables revisiones y un cambio de rumbo que se adapte a las circunstancias vividas en cada uno de los momentos de aprendizaje, se puede afirmar con seguridad que la eco animación y recreación que realicen los facilitadores deben ser mejores cada vez, sobre todo dinámicas y vayan en búsqueda permanente del sentido de pertenencia al entorno socio cultural y ambiental de nuestros pueblos andinos, en este caso Los Nevados, del cual esperamos sea reivindicado como sitio turístico en constate evolución, siendo la ecología sostenible parte importante en los cambios en positivo que se realicen en ellas.

Así pues, en concordancia con lo señalado anteriormente, es significativo decir que la interacción entre los viajeros a cualquier lugar se entrelaza para estar constantemente en investigación sobre el lugar visitado, es decir empoderarse del entorno natural para valorarlo y respetarlo dentro de los pilares filosóficos de la ecología del desarrollo humano.

Finalmente, la eco animación y recreación constituye un reto para las transformaciones educativas universitarias desde la promoción socio cultural y ambiental en los estudiantes de hotelería cursantes de esta área curricular. A tal fin, se puede inferir que en los actuales

momentos se necesita de un mayor acompañamiento pedagógico, ya que cuando llegan a cursar esta área se ven inmersos en procesos teóricos que dificultan una concepción ecológica del entorno, donde convergen factores tradicionales, que alcanza una etapa pasiva de la enseñanza universitaria, que si no son comprendidos en su justa dimensión se corre el riesgo de perder de vista la formación integral y holística. Esta realidad nos debe llamar a la reflexión.

Referencias Bibliográficas

Rodríguez, L. y Forero, N. (julio, 2011). El viaje como alternativa de formación en la expedición pedagógica. Trabajo presentado en el VI encuentro iberoamericano de colectivos que hacen investigación en la escuela, Córdoba, Argentina. Recuperado de http://www.colectivoeducadores.org.ar/cd_6to_encuentro/_pages/pdf/eje.2/pdf.2_colombia/Co21x.pdf

Viché, Mario: (2012) ¡Educación Real, Ya! De la educación bancaria a la educación sociocultural. Una propuesta socioeducativa para superar la crisis social en Revista Quaderns de animación N°15, enero 2021. Consulta en <http://quadernsanimacio.net>

Vásquez, E. (2014). Un camino hacia el cambio en el aprendizaje: La expedición como recurso pedagógico en el ámbito universitario. Disponible en la página web: <https://www.scielo.sa.cr/pdf/ree/v18n1/a03v18n1.pdf>

Valbuena, J. (2018). Revista Geográfica Venezolana. Volumen59 (2). Diciembre

Una mirada al modelo de educación universitaria en Venezuela orientada al sector turismo

Abog. Álvaro Chacón

Resumen

La estructura de la organización universitaria jerarquiza la toma de decisiones, para lo cual deben tener una asertividad y deberían estar fundamentadas en valores, estos valores deben ser conocidos por todos sus integrantes, ya que constituirán un sello distintivo, en la actualidad hay una evolución en la organización el sistema universitario. Esos modelos organizativos del sector universitario en Venezuela representan un eslabón importante para lograr la excelencia académica, lo que se traduce en una mejor calidad en la educación para la población y la base de la capacitación y formación de los futuros profesionales. En el caso particular del Núcleo Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos, actualmente tiene una organización administrativa aprobada, que presenta serias deficiencias, y el objetivo es presentar una propuesta de organización, más aun si consideramos que se está próximo a aperturar ocho (08) Hoteles Escuela pertenecientes Universidad Nacional del Turismo en varios estados de Venezuela.

Palabras Clave: Organización; Estructura, Modelos Universitarios Venezolanos; Sector Turismo.

La Educación Universitaria en Venezuela

En Venezuela la organización de la Educación Universitaria va a depender de qué sector se esté analizando, así encontramos que existen marcadas diferencia entre la organización de las Instituciones de Educación Universitaria del sector público, a las del sector privado. En el sector público, hay que distinguir entre las llamadas Universidades Autónomas y el resto de Instituciones que la conforman.

De manera general la estructura en una organización permite cumplir las metas y los objetivos, pues sirve como marco para determinar las reglas de funcionamiento y la jerarquía de sus miembros.

Aun cuando cada Universidad o Instituto de Educación Universitaria, tienen un origen co-

mún o semejante, cada una tiene su característica especial o territorial que la diferencia la una de la otra, así tenemos que existen Universidades creadas en áreas especiales o en una región determinada, justificando su creación por la propia necesidad o vacío en el área.

La Universidad, como institución, data de la Europa medieval, aunque tiene antecedentes en la cultura Griega, Romana y Árabe, las primeras instituciones con una organización formal nacieron en Europa Occidental. Bolonia y París representan los prototipos de universidades medievales, tanto por su antigüedad como por su forma de organización. Se considera que, aunque evolucionaron paulatinamente, para el siglo XII ya estaban constituidas como tales.

La Oficina de Planificación del Sector Universitario (O.P.S.U) clasifica a la educación universitaria en:

- 1.- Universidades:
 - Nacionales Autónomas.
 - Institutos de Educación Universitaria Nacionales Experimentales.
 - Instituciones de Educación Universitaria privadas
- Institutos o Colegios Universitarios.
 - Institutos Politécnicos.
 - Institutos Pedagógicos.
 - Institutos Universitarios de Tecnologías
 - Colegios Universitarios
 - Institutos Universitarios
 - Institutos Universitarios Eclesiásticos.
 - Institutos Militares Universitarios.
 - Institutos de Investigación.

Siendo así estructurada la Educación Universitaria, se considera de suma importancia que cada una de las Instituciones adecuen la estructura interna organizativa a sus necesidades, lo cual va a depender de los objetivos propuestos, tomando en consideración prioridades, previendo la posibilidad de adaptarse a las necesidades y a los cambios que pudieran surgir.

Los tipos de estructuras organizacionales tradicionales, según Stoner James son de tres formas básicas: por su función, por el producto, por el producto mercado. En ese orden de ideas la organización por funciones consiste en reunir en un “departamento” todos los que actúan en una determinada actividad o de varias actividades, pero que guarden relación entre sí. En la organización por productos la organización se presenta por divisiones, que va a reunir al talento que guarde relación con el producto y por último en cuanto a la estructura matricial, se combina las dos estructuras señaladas.

A partir de ahora, y luego de haber realizado un recorrido por las Instituciones de educación Universitaria, vamos a establecer el análisis en la Universidad Nacional del Turismo

(UNATUR), más específicamente en el Núcleo Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos que funciona en la ciudad de Mérida, estado Mérida. En tal sentido se puede observar que la Universidad Nacional del Turismo (UNATUR), es una Institución de Educación Superior creada mediante Decreto N° 2.567, de fecha 24/II/2016, publicado en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 41.038, de fecha 24/II/2016, cuyo objetivo primordial es la formación profesional del personal que se desempeña en el área turística, si bien se puede apreciar que la UNATUR es de reciente creación, no es menos cierto que en las disposiciones se señala que se creará un Núcleo en el estado Mérida, el cual surge de la transformación del Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos quien asumirá la gestión de los programas nacionales de formación y continuara impartiendo la carrera de Hotelería de manera exclusiva.

Siendo ello así, se hace necesario establecer que el Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos (CUHELAV) fue creada por Decreto Presidencial N° 2.463, de fecha 30/07/1992, publicado en Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 35.016, de fecha 30/07/1992, es decir tenía veinticuatro (24) años de trayectoria en la formación del profesional de la Hotelería y el Servicio de la Hospitalidad. Esa transformación supone adaptar toda la estructura existente a las nuevas realidades que necesita la Universidad Nacional del Turismo, en la cual pasa de ser una Institución de Educación Universitaria con cierta autonomía económica, financiera y académica a tener que depender o seguir lineamientos del Consejo Universitario o de la Rectoría.

Antes de la transformación el Hotel Escuela no solo impartía la carrera de Técnico Universitario de Hotelería y Servicio de la Hospitalidad, sino también impartía la carrera del Programa Nacional de Formación en Turismo (PNFT) que conduce a obtener el título de Licenciado en Turismo, mención Alojamiento, Guía Turística y Gastronomía. En el mes de octubre se giraron lineamientos presidenciales para la creación de ocho (08) Hoteles Escuelas en los siguientes estados: Carabobo, Gran Caracas, Falcón, Bolívar, Anzoátegui, Nueva Esparta, Barinas y Zulia, lo que puede dificultar la situación, más si consideramos que la carrera de Hotelería y Servicio de la hospitalidad saldría de la exclusividad que tenía el Núcleo Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos y se expandiría por el país para beneficio de los aspirantes a estudiar, por otro lado supone que las estructuras deben modificarse y adaptarse a una nueva realidad como lo es impartir dos (02) carreras de manera simultánea.

Ahora bien, el decreto de creación de la Universidad Nacional del Turismo establece las bases fundamentales, objetivos generales, sede principal, núcleos, y señala que posteriormente se dictara el Reglamento de Funcionamiento, sin embargo, se presenta el problema de comenzar a desarrollar la estructura general de toda la universidad en la sede principal y al mismo tiempo continuar la formación académica en el Núcleo Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos, lo cual se complicó al observar que en el decreto de creación no se

designaron las autoridades, lo que suponía que sobre el principio de continuidad administrativa tener que continuar impartiendo las carreras ya mencionadas y tener que irse adaptando a los cambios que suponía ser una universidad, además que ya no disponían de la cierta autonomía que disponían.

Mediante Resolución N° 044, de fecha 24/05/2018, emanada del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria, Ciencia y Tecnología, publicada en gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 41.411, de fecha 04/06/2018, se designan las autoridades de la UNATUR, sin embargo desde el momento de su creación (24/11/2016) atípicamente la Universidad funcionó desde la sede del Núcleo, girando las instrucciones necesarias para su funcionamiento, con el fundamento legal contenido en la disposición transitoria que señala que el Colegio universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos debía coadyugar en el funcionamiento de la Universidad; además durante ese periodo se planificó la apertura del Núcleo Barcelona, Estado Anzoátegui.

Durante la vigencia del Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos existía una estructura organización para el funcionamiento del mismo, que ante la realidad de ser Universidad debe tener cambios y adaptarse a la nueva situación, sin embargo al no existir autoridades designadas se complicaba la situación, pues dichos cambios debieron esperar.

Esos cambios a nivel de estructura administrativa supone adaptarla a la nueva realidad como Universidad, sin perder su esencia, trayectoria y prestigio, que permita incorporar las tecnologías como medio para desarrollar aspectos no explorados y que permitan proyectar a la Universidad como la única especialista en el área del Hotelaría y Servicio de la Hospitalidad en Venezuela.

En la nueva estructura organización se debe considerar mantener la jerarquización, de modo que existan niveles superiores que giren las instrucciones necesarias para que el resto de la organización las cumpla, de modo que se cumplan los objetivos trazados.

Por otro lado, debe ser una estructura maleable, que evite la centralización, lo cual podría ser perjudicial, si tomamos en consideración que las carreras ofertadas son netamente operativas, pues al tratar de cubrir una serie necesidad, y ante la burocracia que supone la toma de decisiones por parte de la máxima autoridad ubicada en la ciudad de Caracas, no se agilizaría las prioridades o la respuesta sería tardía y demoraría la implementación de cualquier correctivo que se pretenda aplicar. Esa centralización supone agrupar en un solo órgano, el conocimiento y toma de decisiones de todos los asuntos, quien es por naturaleza quien asume el control y fiscalización de las actividades que se desarrollan.

Por lo cual se debe otorgar cierta autonomía funcional a los Núcleos, de modo de dar una respuesta oportuna y eficaz ante una situación presentada, esa autonomía pudiera darse por vía de delegación en aquellos aspectos o situaciones de inmediata solución. Entre estos

pudiéramos encontrar: La contratación de bienes y servicios, previo cumplimiento de lo previsto en la Ley de Contrataciones Públicas; la contratación de personal, la designación y/o remoción del personal de dirección y/o confianza; asumir el régimen disciplinario de la comunidad estudiantil. A todo evento, todas las actuaciones delegadas al Núcleo, pudieran ser objeto de ratificación por parte de la Rectoría.

Por otro lado, dentro de los aspectos organizativos, se debiera establece una jerarquización del Núcleo, de modo que un órgano superior, tome las decisiones y ejerza el control interno, por debajo estaría las diferentes Departamentos en un nivel de staff o apoyo, y en el último nivel las Jefaturas.

Las consideraciones antes señaladas se realizarían con el fundamento jurídico de la Administración Pública, vale decir, en primer lugar en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, especialmente en lo relativo a la distribución vertical y horizontal del Poder Público, considerando que el Núcleo es una parte integrante de la Universidad Nacional del Turismo. Así mismo se deben tomar en consideración lo establecido en la Ley Orgánica de la Administración Pública, que otorga a los órganos de la administración pública nacional, estatal y municipal establecer las bases de la organización y funcionamiento, es decir, que de las propias necesidades puede definirse funcionamiento. Así mismo debe considerarse Principios fundamentales para el ejercicio de la Función Pública, como el de Legalidad y los demás principios que rigen la actividad pública.

La legalidad está prevista en el artículo 137 Constitucional, según la cual la Constitución y la Ley define las atribuciones de los órganos que ejercen el Poder Público. Esta legalidad esta igualmente desarrollada en la Ley Orgánica de Administración Pública, señalando que la asignación, distribución o ejercicio de cualquiera de las funciones debe estar establecido en la Constitución, en la Ley o en el acto administrativo, el cual debe ser dictado de manera formal y previamente.

Contexto Teórico. Antecedentes

Para Monteagudo (2019) desarrollo en la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas de España una investigación intitulada "Estrategia para la gestión del turismo académico en el destino Villa Clara", El Turismo Académico es una tipología turística contemporánea la cual ha emergido debido al aumento de los desplazamientos efecto de la internacionalización de la Educación Superior.

Tanto las estancias temporales de estudiantes, profesores, eventistas y turistas en instituciones de Educación Superior como los movimientos académicos pueden ser considerados parte de dicho turismo, impulsados por diferentes programas de intercambio lo que ha posibilitado el crecimiento de esta modalidad en los últimos años. El objetivo general del presente trabajo es elaborar una estrategia para la gestión de la modalidad Turismo

Académico en el destino Villa Clara a partir de un procedimiento científicamente fundamentado que contribuya al desarrollo de la modalidad en el territorio y a su vez al fortalecimiento de su gestión.

La realización del diagnóstico estratégico del Turismo Académico en Villa Clara denotó las principales debilidades, oportunidades y el tipo de estrategia a seguir, además de constituir un referente para la aplicación de un procedimiento de gestión del Turismo Académico, cuyos resultados se exponen en forma de objetivos estratégicos. La investigación aportó una estrategia eficaz para la gestión y el desarrollo del Turismo Académico en el destino Villa Clara. Metodológicamente se utilizaron técnicas empíricas como la observación, el análisis documental y la consulta a especialistas.

La relación de esta investigación es el desarrollo de estrategias que generen al sector turismo la aplicación de procedimientos en la estructura y programas para el sector universitario turístico, además que se utilizó la praxeología desde el empirismo y tomando lo más avanzado del conocimiento científico.

Bases Teóricas. Educación Venezolana

La educación en Venezuela nace en la década de los años 50, la cual no era considerada como una prioridad para el gobierno, debido a que para la época las necesidades de mano de obra calificada eran solucionadas con la inmigración europea de empleados técnicos y profesionales. Por otra parte, con el levantamiento de la democracia en 1958, nace la autonomía del sector universitario, y el auge de la misma, además, del aumento de la renta petrolera y de la implantación del modelo de sustitución de importaciones, el cual permitió un rápido crecimiento de las instituciones que impartían la educación superior, sin embargo, para el 2004, se implementó una reforma en la ley de universidades que tuvo como principal propósito tener un mayor control por parte del gobierno sobre las universidades, tanto en lo académico, administrativo y financiero entre otros.

Organización

Son sistemas extremadamente complejos, donde el ser humano constituye el nervio motor de la misma, al respecto; Chiavenato, I. (2002) señala que “una organización es un sistema de actividades conscientemente coordinadas, formado por dos o más personas, cuya cooperación recíproca es esencial para la existencia de aquella” (p. 7).

De igual forma Stephen, R. (1998) define la organización como “la estructura formal de coordinación planeada entre dos o más personas para alcanzar una meta en común. Se caracteriza por tener relaciones de autoridad y cierto grado de división del trabajo”. (p. 4)

De modo que, una organización es definida por su tarea, siendo eficaz sólo si se centra en ésta y logra la cooperación de sus integrantes, como toda herramienta, cuanto más especializada sea, mayor es su efectividad, es por ello que, se percibe a la organización como un ente, conformado por un conjunto de personas que realizan unas funciones preestablecidas y coordinadas para alcanzar un objetivo de acuerdo a su plan, y así proveer los medios necesarios, tales como los recursos técnicos, financieros y humanos fundamentales, para ejecutar una tarea principal con el fin de lograr la meta organizacional efectiva.

Modelos Universitarios del Sector Turismo

Superestructura turística: Conjunto de instituciones públicas o privadas, así como los procesos de mercadeo del producto turístico,

La superestructura turística comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de optimizar y modificar cuando sea necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

La existencia de una superestructura poderosa y sobre todo eficiente, es mucho más importante de lo que habitualmente se piensa para que el sector turismo rinda en relación directa a la importancia de los atractivos y de la planta que se construyó para explotarlos.

Principales Organizaciones que rigen el Turismo en Venezuela:

ORGANISMOS PÚBLICOS

.- Vice-Ministerio del Poder Popular para el Turismo, en materia de turismo nacional es el órgano rector y la máxima autoridad administrativa, encargado de formular, planificar, dirigir, coordinar, evaluar y controlar las políticas, planes, programas, proyectos y acciones estratégicas destinadas a la promoción de Venezuela como destino turístico, y en tal sentido le corresponde.

.- INCRET (Instituto Nacional de Cooperación y Recreación Turística), Fomenta la participación de la población a través de organismos sociales para mayor facilidad de recreación.

.- INCATUR, Desarrollo de los recursos humanos necesarios para la planificación y desarrollo del sector Turismo.

.- INPARQUES (Instituto Nacional de Parques), Instituto Autónomo adscrito al Ministerio del Ambiente y de los Recursos Naturales, garantiza la conservación de los parques nacionales y monumentos naturales de Venezuela y promueve su uso racional en actividades

de investigación, esparcimiento, educación y ecoturismo, dentro del marco legal vigente y de los objetivos de creación de estas áreas.

.- CONAC (Consejo Nacional de la Cultura), Inventario del patrimonio turístico y participación en las políticas de conservación de los recursos turísticos.

.- OCEI (Oficina Nacional de Estadística e Información), Investigación de todo lo concerniente a la actividad turística, así como el manejo de las estadísticas necesarias para planificar el desarrollo del sector.

.- CNT (Consejo Nacional de Turismo), Constituye un órgano de planificación, asesoramiento y consulta integrado por los Ministerio de Fomento, Cordiplan, Fedecamaras y la CTV. Actúan como órgano de consulta.

.- Ministerio del Ambiente y de los Recursos Naturales, Este planifica y realiza las actividades del ejecutivo nacional para el fomento de la calidad de vida del ambiente y de los recursos naturales renovables. La elaboración de programas de conservación y de uso de las aguas, de los bosques, de la tierra y de los suelos. Además de mejoramiento de la fauna y los parques nacionales.

ORGANISMOS PRIVADOS

.- Fedeturismo, es la federación de organizaciones privadas de la actividad turística en Venezuela y es la agrupación institucional del empresariado venezolano que promueve y fomenta la actividad turística. Está integrada fundamentalmente por: las cámaras nacionales y regionales del turismo.

.- ANAHOVEN (Asociación Nacional de Hoteles de Venezuela), se ocupa de estudiar y recomendar medios para promover, defender y desarrollar el bienestar de la industria hotelera.

.- ALAV (Asociación de Líneas Aéreas de Venezuela), constituida el 2 de marzo de 1959, agrupa a líneas aéreas nacionales e internacionales; es una organización sin fines de lucro nacida como una respuesta al desarrollo de la aviación comercial venezolana, que se había manifestado durante los primeros años de los 50.

.- AVAVIT (Asociación Venezolana de Agencias de Viajes y Turismo), Cooperar con la promoción y defensa de todo lo relacionado con el negocio de las agencias de viajes y desarrollar del turismo en y para Venezuela.

.- CAVN (Compañía Anónima Venezolana de Navegación), Se ocupa de velar por la difusión y la defensa de cuando se relacione con el movimiento portuario en el país. Cooperando con el fomento turístico.

.- ASOGUIA (Asociación de Guías de Turismo), Se ocupa del control mediante un estatuto establecido. Las condiciones y requisitos que deben cumplir los guías de turismo.

.- CORPOINDUSTRIA, Investigación de todo lo referente a la actividad turística, así como también en el manejo de las estadísticas necesaria para planificar el desarrollo del sector.

.- FUNDATURISMO, Es la sociedad civil creada para establecer las bases prácticas para darle al turismo la importancia y jerarquía como rama del desarrollo económico.

.- CORMETUR, Creada el 2 de Octubre de 1990, Es un instituto Autónomo Adscrito a la Gobernación del Estado Mérida. Su misión es la de planificar, Evaluar, Asesorar y Fomentar la Actividad Turística en el Estado Mérida, a través del financiamiento al Sector Privado, Capacitación del Recurso Humano, Control de Calidad de los Servicios y la Promoción de la Actividad Turística.

.- Dirección de Turismo del Estado Bolívar, Dirección de Turismo es una Organización Gubernamental, adscrita a la Gobernación del Estado Bolívar, encargada de promover e incentivar el Turismo y a nuestro estado como destino Turístico en Venezuela y de esta manera convertirlo en un Estado competitivo y una alternativa válida para el logro del desarrollo sustentable.

Principales Organizaciones Gremiales del Turismo

- Consejo Superior de Turismo (CONSETURISMO)
- Asociación de Líneas Aéreas (ALAV)
- Asociación de Agencias de Viajes (AVAVIT)
- Federación De Hoteles (FENAHOVEN)
- Asociación de Organizadores de Congresos (AVOCA)
- Asociación de Hoteles Cinco Estrellas (AVECINTEL)
- Asociación de Cámaras de Turismo (ACATURVEN)
- Cámara de Transporte Terrestre Turístico (CVTTT)

Reflexiones Final

El desarrollo de la educación universitaria puede mejorar si las estructuras organizativas se adaptan a los nuevos tiempos, así encontramos que aun cuando exista una organización jerarquizada que ejerce el pleno control, la misma debe tener la capacidad de adaptarse a la modernidad, al avance tecnológico, de modo que exista una mejor flexibilidad, la concentración de las funciones hace que la capacidad de respuesta ante una necesidad sea retardada y en consecuencia ineficaz.

El desarrollo del sector Turismo viene acompañado que existan Universidades especializadas en ramo, que otorgue la capacitación del talento humano generador de nuevas ideas y que se implementen por parte del ejecutivo nacional de un plan nacional de turismo que responda al crecimiento del sector como medio sustentable de ingresos no tradicionales.

Referencias

Monteagudo, H. (2019). Estrategia para la gestión del turismo académico en el destino Villa Clara. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas de España. <http://dspace.uclv.edu.cu:8080/handle/123456789/11933> Consultado: [10/01/2020]

Normativa:

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.453, de fecha 24 de Marzo de 2000. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

Importancia de las incubadoras de empresas turísticas universitarias, para el fortalecimiento de los emprendedores a través de los Centros de Investigación

Arq. Nancy Margarita Sosa Pico

Resumen

El propósito de este artículo de investigación es reflexionar sobre los referentes teóricos, metodológicos y epistemológicos que marcan de manera sustantiva la posibilidad de construcción de Modelos de Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, visto desde el emprendimiento social-comunitario y el papel protagónico de las universidades. Por consiguiente, para abordar este tema es necesario investigar, analizar los estudios realizados por investigadores, con el fin de indagar y reflexionar acerca de la importancia de las incubadoras universitarias en la investigación turística. Así como el rol de las universidades en el acompañamiento de los emprendedores, con el objetivo de fortalecer la investigación en el área del turismo y el desarrollo económico de las comunidades involucradas. Una de las características fundamental del tema abordado, es que brinda acompañamiento en el diseño, implementación de herramientas y estratégicas al empresario incubado, para que la idea propuesta por los mismos pueda transformarse en una empresa próspera, que logre los objetivos de innovar, generar, consolidar empleos y mejorar el ritmo de crecimiento económico. Debido que permite fortalecer el turismo, e impulsar el desarrollo de nuevas empresas turísticas innovadoras que contribuyan al impulso de la economía, la productividad y la capacidad de recuperación del sistema económico de nuestro país.

Palabras Clave: incubadoras; emprendedores; turismo; investigación.

Preámbulo

En el desarrollo del tema de investigación que estoy realizando, es fundamental indagar y reflexionar acerca de la importancia de las Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, para afianzar la investigación turística. Así como la importancia de las universidades en el acompañamiento y asesoramiento de los emprendedores y estudiantes que forman parte de la comunidad universitaria. De igual manera se ha investigado sobre modelos de incubadoras de empresas universitarias de bases tecnológicas y turísticas, de larga trayectoria a nivel nacional e internacional, con el propósito de conocer su estructura funcional, y los aportes en el campo de la investigación turística y tecnológica, que puedan servir como base para el

modelo propuesto.

Todo esto a través de las competencias que tienen los Centros de Investigación y Estudios Universitarios, con el objetivo de fortalecer la investigación en el área del turismo y el desarrollo económico de las comunidades involucradas. Dicho modelo se está desarrollando para ser implementada en la Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Nacional, (UNEFA) a través del Centro Regional de Investigación y Estudios Turísticos del núcleo Mérida (CRIET), debido que permite fortalecer la investigación en el área del turismo, y está proyectado para impulsar el desarrollo de nuevas empresas turísticas innovadoras que contribuyan al desarrollo de la economía, la productividad y la capacidad de recuperación del sistema económico de nuestro país.

Por otra parte, el modelo de Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias está diseñado para que su funcionamiento sea por fases, teniendo la capacidad de ser monitoreada en cada una de ellas, con el fin de que reciban apoyo metodológico y de funcionamiento por parte de los especialistas e investigadores de la universidad. Estas incubadoras tienen como finalidad, acompañar a los emprendedores turísticos, formado por nuestros estudiantes, docente y comunidad Unefista, así como las comunidades organizadas, en la actividad turística, en sus primeros comienzos y durante su desarrollo, brindándoles diversos tipos de asistencia y asesoramiento con el objetivo de acelerar su proyecto.

II. fortaleciendo el emprendimiento a través del criet

Dentro de este orden de ideas y para empezar con el avance del siguiente artículo. Es fundamental abordar el emprendimiento universitario, como un elemento clave en el desarrollo económico y social de los países, latinoamericanos y caribeños. Aunque esta situación puede variar, cuando observamos una menor presencia de emprendimiento en los sistemas universitarios de algunos países, donde no existen o no fomentan la cultura emprendedora. Esto puede responder a diversos factores como: la falta de recursos y apoyo para iniciar proyectos empresariales, una educación orientada hacia los empleos tradicionales, falta de compromiso de las instituciones universitarias, entre otros. Por otro lado, podemos observar que, en los países con una cultura emprendedora más arraigada, es probable encontrar una mayor presencia y apoyo al emprendimiento en las instituciones universitarias. Brindando recursos públicos y privados, diversos programas de incubación y formación empresarial, así como una mentalidad más abierta hacia el riesgo y la innovación.

En lo que respecta, a la investigación y tomando como espacio para realizar el modelo, las instalaciones de la UNEFA del núcleo Mérida motivado que desde estos espacios se promueve la creación y el desarrollo de ideas innovadoras, lo que genera que los estudiantes y emprendedores a menudo generen soluciones nuevas y creativas a los desafíos existentes y que puedan desarrollar avances tecnológicos, mejoras en sus productos y servicios, y nuevas formas de abordar, solucionar los problemas sociales y económicos que enfrenta el país. Debido a que estos emprendedores son generadores de empleo, al establecer sus propias

empresas. Contribuyendo de esta forma a la generación de empleo para sus comunidades, así como impulsar la conexión existente entre la academia y la construcción de una mentalidad empresarial, en los estudiantes y la comunidad universitaria que les anime a desarrollar habilidades, destrezas, el pensamiento crítico, la toma de decisiones, la resolución de problemas y la creatividad, esta última es muy valiosas, no solo en el ámbito empresarial, sino también en otros campos profesionales donde se desenvuelven nuestros egresados.

Desde un enfoque más general y citando algunos autores, el emprendimiento universitario, se ha consolidado como una extensión vital de las funciones tradicionales de enseñanza e investigación en las universidades. Esta práctica, centrada en la transferencia, comercialización y diseminación del conocimiento, ha sido reconocida en la literatura académica como un catalizador clave para el crecimiento económico a nivel regional y nacional Etzkowitz, (2017), Fernández-Nogueira, (2018). Este nuevo enfoque de paradigma universitario no solo contribuye a estimular el crecimiento económico local y regional, sino que también facilita una relación más directa entre las instituciones académicas y el entorno empresarial, Morovati y Mofateh, (2020).

Dentro de este orden de ideas, considero que es un tema relevante a nivel mundial, y que es significativo que las universidades venezolanas en el caso de la UNEFA deben establecer vínculos sólidos con las comunidades empresariales, con el objetivo de facilitar oportunidades de colaboración, inversión y crecimiento para los emprendedores universitarios. Esto puede implicar desde la organización de eventos de networking, (es una práctica desarrollada por profesionales -independientemente que trabajen por cuenta propia o ajena, que busca crear y aumentar una red de contactos) y la participación en clústeres empresariales (grupo de empresas u organizaciones que se encuentran en una misma zona geográfica y que trabajan en conjunto para mejorar su desempeño), así como la creación de alianzas estratégicas con empresas e instituciones del sector privado.

Desde una perspectiva más personal y como docente investigadora de la UNEFA, considero como estrategia clave en la promoción y el emprendimiento en las comunidades, que las universidades se adapten al cambio tecnológico y económico a través de fortalecer los vínculos con el sector empresarial, con el fin de desarrollar alianzas estratégicas locales e internacionales a través de brindar y apoyar la transferencia de conocimientos, la realización de proyectos conjuntos y la creación de oportunidades de empleo para los estudiantes y la comunidad universitaria.

En consecuencia, pienso que uno de los principales desafíos que enfrentan hoy en día nuestras universidades, lograr la integración efectiva en ayuda al emprendimiento de nuestros estudiantes y comunidad universitaria, mediante políticas públicas gubernamentales, locales y las prácticas industriales. Así como la coordinación y comunicación entre las instituciones académicas, los gobiernos locales y estatales, la colaboración y el diálogo continuo, es fundamental para el diseño de objetivos, identificar las necesidades y desarrollar estrategias conjuntas que impulsen la innovación regional, generando el desarrollo económico y social de las comunidades receptoras.

Debemos tener en cuenta también que los emprendedores enfrentan en la actualidad problemas de falta de financiamiento y apoyo gubernamental en las iniciativas de emprendimiento universitario. Para lograr esto se hace ineludible establecer políticas y programas de financiamiento que incentiven la investigación aplicada, el desarrollo de prototipos y la transferencia de tecnología desde las universidades hacia el sector empresarial. En este sentido se comprende, y para el desarrollo de la investigación, hay que considerar las principales limitaciones a superar para poder diseñar una Incubadoras de Empresa Turística Universitaria, que permitan fomentar la creación de un ecosistema de esta naturaleza a través de las universidades y sus centros de investigación.

Con el fin de desarrollar mi propuesta de investigación he tomado como referencia el estudio “Aceleración de Startups en mercados emergentes”, de la Universidad Emory y la Red Aspen de Desarrollo de Emprendedores (ANDE por sus siglas en inglés), publicado en la segunda mitad del año 2021. Tomando algunas de las sugerencias, revisadas por distintos profesionales consultados que sirven de base teórica para ser analizadas y tomar en cuenta en el diseño del modelo en desarrollo, las mismas incluyen:

1. Limitación del perfil emprendedor. Uno de los primeros cambios que sugieren en cuanto a la creación de este tipo de instituciones, es que los emprendedores a los que se les provee el servicio tengan unas características específicas, es decir, que la mayoría tenga un nivel similar, al igual que los mercados en los que se desenvuelven. Parece que es más ideal crear incubadoras enfocadas en nichos. Afirman que estos deben estar en etapas de desarrollo del negocio, y no de perfeccionamiento de la idea.
2. Conseguir profesionales que lo acompañen. Afirman que no solo debe darse como resultado final la creación de una alianza o una inversión millonaria, sino que debe proveerse asistencia fija y monitoreo por parte de expertos en el mundo empresarial, que no solo sean capaces de aportar fondos, sino conocimiento a lo largo del trayecto.
3. Diversificación cartera de productos financieros. Explican que no solo debe tratarse de crear una serie de incentivos financieros como inversiones, división de la propiedad de la empresa, o el ingreso a la bolsa de valores, sino que debe optarse por opciones mucho más adecuadas a las distintas necesidades de cada emprendedor.
4. Emprendedores sociales que promuevan la socialicen las ventajas de las incubadoras. Aseguran que es ideal que estas instituciones no se queden en eventos y charlas únicamente, sino que vayan directamente a universidades y espacios similares. Eso se debe a que son esos los espacios en los que comienza a gestarse el deseo emprendedor. Pregonar los beneficios que puede tener una incubadora en su desarrollo profesional a largo plazo en esta etapa educacional, puede hacer una gran diferencia.

En el mismo contexto las Incubadoras Turísticas, así como las Tecnológicas, se enfrentan a retos para su incubación, debido a que diferentes estudios han demostrado que en Venezuela y a nivel Latinoamericano el 80% de la idea de negocio que no pasa por un proceso de incubación, muere durante los dos primeros años de operación. Algunas alcanzan su objetivo y son muchas de ellas manejadas por universidades públicas y privadas, debido a que ofrecen acompañamiento, asesoría y consultoría para que el

emprendedor tenga las herramientas para arrancar y mantener la actividad de su empresa.

En lo que concierne a las universidades, las mismas juegan un papel importante en la formación y preparación de los emprendedores y líderes empresariales de las próximas generaciones. Hoy podemos observar que las nuevas generaciones no aspiran a ser empleables para realizar un trabajo en una empresa, por lo contrario, existe un deseo por formar nuevos negocios más sustentables y proactivos, donde ellos puedan insertarse al aparato productivo. Por esta razón se hace imperativo, la formación vinculada al emprendimiento y la innovación donde se contemple las dificultades particulares del entorno venezolano, para evitar generar expectativas incorrectas en quienes piensen incursionar en la industria turística o en el rubro del entretenimiento.

Es por ello que desde las universidades venezolanas, se deben incluir el emprendimiento y la innovación como asignaturas en las mallas curriculares, de sus diferentes carreras o programas a nivel de pregrado, postgrado y extensión, que permita la reflexión, sobre el real alcance que tienen considerando las particularidades del mercado venezolano. Sobre todo, en quienes pretendan emprender en la industria turística, que necesita un impulso para reactivarse y puedan contribuir en una mayor escala a dinamizar la economía del país. De esta manera, es fundamental que los programas académicos de las instituciones universitarias se actualicen para incorporar contenido relevante y práctico sobre emprendimiento e innovación propios del mercado venezolano. Esto implica no solo enseñar teorías y conceptos, sino también brindar a los estudiantes oportunidades prácticas para desarrollar habilidades comerciales a través de proyectos, pasantías y participaciones con empresas emergentes, o contemplar la realidad de los mercados más desarrollados.

Esto implica un alto grado de compromiso para preparar a los estudiantes sobre lo complejo de la realidad del mundo empresarial, incluidos los riesgos e incertidumbres asociados con el inicio y la gestión de un emprendimiento en el turismo. Por ello, debemos tomar algunas medidas que se pueden adoptar desde la academia y la investigación como: fortalecer una educación acertada sobre la realidad empresarial, con una perspectiva en la resiliencia y la adaptabilidad, esto involucra prepararlos para que sean creativos, críticos, analistas y determinantes en las decisiones que tomen para enfrentar y superar los contratiempos, con el fin de ayudar a los estudiantes a superar los desafíos del emprendimiento, a través de promover la colaboración entre profesores, comunidad, empresarios e inversionistas, con el fin de ayudarlos a ampliar su red de contactos y establecer conexiones útiles para su carrera empresarial en el futuro.

En relación con el emprendimiento turístico, es imperante que las instituciones universitarias, analicen adecuadamente, las particularidades y limitaciones de los emprendedores vinculado al sector turismo. Destacándose entre estas limitaciones como; la falta de acceso financiero, un alto índice de burocracia administrativa y por último y no

menos importante, el desconocimiento de una cultura arraigada de emprendimiento, a pesar de que se viene apoyando desde los últimos años la idea de que el emprendimiento forma parte importante en el desarrollo de políticas públicas en Venezuela, existe aún una cultura predominantemente, conservadora que prioriza la estabilidad y la seguridad laboral sobre la innovación y el riesgo.

Es necesario plantearnos un nuevo paradigma e entender el turismo como una ciencia que incluye la investigación. En palabras de Loubet del Bayle (2000) el enfoque científico -del turismo- se caracteriza por una dialéctica permanente entre la realidad y la intervención activa del investigador. Pero, también, resulta necesario andar el camino de la interdiscursividad, que incluyen las tradiciones o las escuelas de pensamiento, donde la interpretación se emplea para potenciar la inteligencia al servicio del desarrollo humano Levy, (2012) y la ciencia al servicio del hombre Horkheimer, (2000).

Concebir al turismo como objeto de estudio transdisciplinar, trae como consecuencia incluir la reflexión crítica interpretativa en nuestros investigadores, de acuerdo a lo expresado por Nicolescu (2008), conduce a conocer los diferentes niveles de la realidad en el que se manifiesta el turismo, sus modos de organización y la interacción entre el sujeto-objeto de conocimiento. De igual forma para Giordano y Jolibert (2008) construir un objeto de estudio desde la perspectiva pos positivista, consiste esencialmente en la interrogación de los hechos. Es por esto que las universidades como semilleros de los futuros investigadores deben potenciar todas las estrategias que permiten el desarrollo científico de las diferentes áreas académicas en pro del desarrollo de nuestro país.

En síntesis, podemos señalar, que, para evitar generar falsas expectativas entre los aspirantes a emprendedores en el área del turismo, las universidades deben adoptar un enfoque complejo, holístico, integral, humanístico que combine la educación y la realidad empresarial. Surge así la necesidad de los centros de investigación y el diseño de incubadoras universitarias donde se destaque, el desarrollo de resiliencia, un asesoramiento y acompañamiento por el equipo docente especializado personalizado, dotarlos de las experiencias prácticas, fomentar la colaboración, así como el entendimiento de las particularidades del mercado venezolano, tanto en financiamiento, como aspectos burocráticos y tributarios. Con ello se podrá preparar de manera más efectiva a los estudiantes para los desafíos y oportunidades que enfrentarán en el mundo empresarial al brindarles una comprensión sólida y realista del emprendimiento.

Por consiguiente, se hace necesario la creación de espacios universitarios, que permitan implementar programas de educación en emprendimiento y que brinden a los estudiantes una base sólida de conocimientos empresariales. Además, combinados con un enfoque integral y práctico que incluye proyectos reales, asesoramiento empresarial que promuevan el emprendimiento en la educación y que se pueda fomentar a través de diferentes estrategias y

métodos mecanismos que les permita obtener acceso a recursos y financiamiento, fomentar la colaboración entre emprendedores y diferentes sectores de la sociedad con el fin de generar sinergias y fortalecer la economía turística local.

Esto puede lograrse mediante la creación de un Modelo de Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, que estén insertadas en los diferentes Centros de Investigación, debido que ellos, fortalecen la investigación, el estudio y análisis en el campo de la investigación e integración social, a través de los diferentes investigaciones que abarquen temas relacionados en la generación de ideas, la planificación de negocios en el área del turismo, la gestión financiera, el marketing y las habilidades de liderazgo. También integrar y desarrollar proyectos empresariales que brinden a los estudiantes y emprendedores de la comunidad universitaria la oportunidad de aplicar sus conocimientos y habilidades en un entorno práctico. Asimismo, contar con profesionales en las diferentes áreas de la investigación que pueden actuar como tutores y asesores para los estudiantes y emprendedores, brindándoles orientación, consejos prácticos y compartiendo sus experiencias personales.

Además de las actividades específica de los Centros de Investigación, es necesario impartir talleres, seminarios, cursos, ponencias, sobre habilidades empresariales, la importancia de fomentar el pensamiento crítico, la resolución de problemas, la comunicación efectiva, la negociación y la toma de decisiones. Estas habilidades son fundamentales para el éxito en el mundo empresarial, así como el emprendimiento social y sostenible a través de ayudar a los estudiantes y emprendedores a comprender la importancia de generar negocios que tengan un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, fundamental para plantearse la solución de problemas sociales mediante la creación de proyectos y empresas que busquen soluciones innovadoras y sostenibles. Logrando de esta manera que los estudiantes, respaldados por la educación académica y el acceso a recursos universitarios, estén en una posición única para generar ideas frescas y creativas y convertirlas en iniciativas con impacto social en áreas del turismo, fortaleciendo el desarrollo económico y social de sus comunidades.

En ese sentido las universidades desempeñan un papel crucial al fomentar el espíritu empresarial sostenible, al ofrecer oportunidades de aprendizaje experiencial e interactuar con las comunidades locales. Este enfoque ayuda a los estudiantes en la aplicación de sus conocimientos teóricos y prácticos a desarrollar propuestas concretas y enfrentar los desafíos del mundo real, mejorando así sus habilidades. Así como la importancia en la integración del contenido de sostenibilidad en sus proyectos y emprendimientos turísticos, que ofrezcan importantes beneficios a la hora de configurar las oportunidades y liderazgo empresarial de los estudiantes. Entendiendo que la eficacia de la educación sobre la sostenibilidad puede variar según los contextos regionales y las capacidades institucionales. Además, la complejidad del emprendimiento sostenible pone de relieve la necesidad de apoyar y adaptar

continuamente las estrategias educativas para hacer frente a los cambiantes desafíos de sostenibilidad. Elemento fundamental para el desarrollo de las sociedades, y las instituciones de educación superior cumplen un rol protagónico en entregar estrategias y herramientas a sus estudiantes que consoliden la eficacia de sus emprendimientos.

Unas de las claves para potenciar el trabajo interdisciplinario dentro de las instituciones de educación superior, es fortaleciendo los Centros de Investigación, a través de la multidisciplinariedad y la complejidad, vamos a llegar a tener equipos que son heterogéneos, que puedan llevar a cabo proyectos para emprender, adoptando ciertas competencias y dimensiones para lograr el éxito de los emprendimientos turísticos. Es por ello que el papel que han desempeñado las universidades en el campo del emprendimiento ha sido fundamental en los últimos años, propiciando respuestas oportunas y asertivas a realidades sociales y empresariales.

Por consiguiente, la investigación que estoy desarrollando es posible, debido a que caracterizar el perfil formativo y la vocación de los estudiantes y la comunidad de la UNEFA, teniendo como punto de partida, las estrategias emprendidas para la formación de estos, así como la influencia de éstas en la vocación de crear empresas que activen el desarrollo económico de Venezuela. El análisis de los hallazgos va a permitir desarrollar un modelo de Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, novedoso, porque pretende englobar las tendencias turísticas y tecnológicas más importantes, para afianzar la actividad turística y el progreso económico del país, por lo tanto la investigación planteada tiene pertenencia, y está propuesta para ser implementada dentro del “Centro Regional de Investigación y Estudios Turísticos”, de la Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Nacional. Núcleo Mérida. Apegada al objetivo que se plantea la universidad, de fortalecer la investigación para el desarrollo socioeconómico del país. Así como impulsar el emprendimiento universitario de nuestros alumnos, docentes, egresados y comunidades a través de la implementación de Incubadoras Tecnológicas que cumplan con rol de aceleradoras de procesos, en la creación y puesta en marcha de empresas tecnológicas y sociales.

Sus principales líneas de trabajo van desde facilitar trámites administrativos, hasta orientación empresarial y estratégica para la consolidación de empresas de éxito. Para Vásquez F. (2000), las universidades son “una fuente de sustentación de muchas de las incubadoras que se han creado y desarrollado en casi todo el mundo, sobre todo aquellas incubadoras concebidas como de base tecnológica, es así que las incubadoras se nutren de los propios graduados y profesores de las universidades quienes, mediante la inversión en procesos de investigación y desarrollo, proponen ideas empresariales novedosas que son acogidas por las incubadoras”.

Por esta razón la Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, planteada en la investigación, pretende incubar procesos de innovación sociotécnica y metodológica, con el objetivo de vincular a los distintos actores de la economía social relacionados con el turismo de base comunitaria. Tales procesos, implican la planificación, programación y el diseño de estrategias para el desarrollo de productos y servicios turísticos que consolidan el acercamiento y el fortalecimiento del mercado existente, bajo el análisis de los potenciales turísticos de las comunidades involucradas.

En otras palabras, estas Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, van a permitir que la organización interna del Centro Regional de Investigación y Estudios Turísticos sea más dinámico y flexible, generando la implementación de estrategia en el desarrollo de la investigación científica, tecnológica del turismo. Para este logro se hace imprescindible la agrupación de investigadores en áreas más específicas, donde puedan intercambiar experiencias relacionadas con la investigación, el campo científico, así como dar respuestas a la problemática planteada en cada área y permitir la incorporación de emprendedores y colectivos en general en el área del turismo, fortaleciendo el conocimiento y la participación de la comunidad Unefista, así como la integración de las comunidades y emprendedores locales, estatales y regionales.

Una de las características más relevantes de las Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, es que ellas van a permitir potenciar el entramado socio productivo que existen en la comunidad Unefista y nuestra región, contribuyendo como sustento en la investigación y estudios turísticos de la universidad a nivel de pregrado, posgrado y extensión, así como las organizaciones involucradas de contenido social. Logrando mejorar el carácter integral y horizontal del mercado turístico, a través de visualizar sus potenciales y conexiones con otros sectores socio-productivos comunitarios de la localidad, con el fin de promover la incorporación de nuevas tendencias turísticas, fundamentales para el desarrollo del país. Teniendo en cuenta al turismo, como proceso socioeconómico, que en los últimos años ha demostrado un gran desarrollo expansivo en diferentes niveles, logrando convertirse en uno de los principales sectores socioeconómicos del mundo.

En referencia a la investigación planteada, es importante resaltar que la actividad turística genera un amplio entramado de relaciones con otras ciencias, donde coexisten diferentes elementos y recursos, tales como los naturales, culturales, patrimoniales, sociales, políticas y económicas. Estos últimos, interactúan de manera constante y continúa propiciando la participación de todos los actores público, privado y comunidades locales, logrando satisfacer las necesidades de los viajeros, como la de todos los participantes de la actividad turística; a través de la incorporación de variedad de servicios y productos que potencien el valor de la experiencia turística en su conjunto.

Por otra parte con el incremento del turismo en el mundo, se ha sumado la conciencia de las comunidades respecto a la necesidad de promover su sostenibilidad a largo plazo, abarcando las dimensiones sociales, económicas y medioambientales, que permitan alcanzar las premisas de un desarrollo equitativo, vivible y viable, reconociendo de esta manera la importancia de la sostenibilidad de la actividad turística. En este sentido, el presente estudio permite afirmar que la actividad turística ha demostrado su capacidad para contribuir a la sostenibilidad de los destinos y al bienestar de las comunidades receptoras, respetando sus condiciones naturales y socioculturales, logrando generar un impacto económico, social positivo, el cual logrará el efecto deseado, sólo si quienes lo promueven manifiestan un alto grado de responsabilidad ética y de compromiso, por esta razón es necesario el acompañamiento técnico de los centros de investigación universitaria en el desarrollo de estrategias.

Por esta razón las Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, se plantea como objetivo, apoyar en sus diferentes fases a los emprendedores a través de contenidos innovadores, que proporcionen un conjunto de servicios y recursos generando condiciones específicas para disminuir el nivel de fracaso de las empresas que se inician o se actualizan en el área del turismo, logrando que el éxito de las empresas incubadas contribuyan al crecimiento económico y social de las comunidades, impulsando la creación de empleo y el bienestar de la población.

Debemos tener en cuenta que las Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, que se generan dentro del CRIET, surgen con las premisas, en primer lugar, de permitir convertir el conocimiento académico-científico de los estudiantes, egresados, y docentes, en proyectos reales sustentados, por lo que constituye un elemento clave en el ecosistema emprendedor y la productividad del Estado. En segundo lugar, permitirá el desarrollo de empresas turísticas rentables que generen empleos en sus comunidades y presten una calidad de servicio activando la economía y el desarrollo local.

En relación la UNEFA tienen mucha correspondencia con las Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, debido a que proveen asesorías profesionales que orientan a cada emprendedor a convertirse en generador de empleo. Por más pequeña que sea, una incubadora es un agente de cambio que promueve vínculos entre los sectores académico, público y privado. Apoyar a los emprendedores también es una forma de ayudar al establecimiento y aceptación de un nuevo paradigma empresarial que reconoce que el conocimiento es la principal fuente de construcción de ventajas competitivas, más que la abundancia de los factores de producción.

Como consecuencia de lo expuesto surge la siguiente investigación, para ser desarrollada en la UNEFA a través del CRIET, debido que permite fortalecer la investigación, y pretende impulsar el desarrollo de nuevas empresas turísticas innovadoras que contribuyan al

desarrollo de la economía, la productividad y la capacidad de recuperación del sistema económico de nuestro país. Para ello es importante mantener una alta relación entre empresarios innovadores, una mejor utilización de la base científica tecnológica y el crecimiento de la productividad. En consecuencia, desde los espacios del CRIET, de la UNEFA, núcleo Mérida, se brindará el apoyo necesario a los emprendedores de instituciones públicas, privadas y regionales, así como a las comunidades locales, con la implementación de una red tecnológica que fomente la inclusión de diferentes actores. Generando el desarrollo de sus capacidades y conocimientos, así como aprovechar las oportunidades de financiamiento que puedan ofertar diferentes organismos del Estado y las instituciones privadas, consolidando la existencia de los servicios que ofertan.

En este sentido el modelo de Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias está compuesto por elementos tangibles, como espacio físico, equipos tecnológicos y servicios logísticos que serán ofertados en los espacios del CRIET, con la finalidad de prestar apoyo durante las diferentes fases de su desarrollo. Una de las características fundamental es que podrán contar con un equipo de alto desempeño de investigadores conformado por los docentes investigadores de la UNEFA que brindarán acompañamiento en el diseño e implementación de herramientas y estrategias al empresario incubado, para que la idea propuesta por los mismos pueda transformarse en una empresa próspera, que logre los objetivos de innovar, crear empleo y mejorar el ritmo de crecimiento económico.

Para ello se está incorporando al Modelo de la Incubadoras de Empresas Turísticas Universitaria, en diferentes áreas de acción primaria de Estrategias de Sensibilización y Captación de Emprendedores como: La sensibilización y captación de los emprendedores que es una de las primeras intervenciones de aproximación al emprendedor por parte de una incubadora de empresas turísticas. El diseño y actualización de programa de apoyo, impulsado desde la misma universidad. La implementación de un Plan de Registro y Comunicación, que permita atraer a los potenciales emprendedores. Fomentar alianzas que se pueden establecer con otras universidades públicas o privadas.

De esta manera el modelo y desarrollo de las Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, está diseñado para su funcionamiento por fases, teniendo la capacidad de ser monitoreada en cada una de ellas, con el fin de que reciban apoyo metodológico y de funcionamiento por parte de los especialistas e investigadores de la universidad. Esta incubadora tiene como finalidad acompañar los emprendimientos turísticos compuestos por nuestros estudiantes, docente y comunidad Unefista, así como las comunidades organizadas en la actividad turística, en sus primeros comienzos, y durante su desarrollo brindándoles diversos tipos de asistencia y asesoramiento con el objetivo de acelerar su proyecto.

PROPÓSITOS DE LA INVESTIGACIÓN PLANTEADA

En concordancia con (Arias, 1998), para desarrollar los objetivos o propósitos de investigación entendiendo que los mismos son metas que se traza el investigador en relación con los aspectos que desea indagar y conocer. En consecuencia, los propósitos constituyen los logros a alcanzarse en la investigación que estoy presentando.

Propósito General

Fortalecer la formación de investigadores en el área del turismo, con la finalidad de poder implementar a través de sus investigaciones, la planificación y técnicas y herramientas gerenciales de calidad, que faciliten y agilicen los procesos de innovación y creación de nuevas empresas en el área del turismo.

Propósitos Específicos

- Potenciar el entramado socio productivo que existen en la comunidad Unefista y las comunidades locales y regionales, contribuyendo como sustento la investigación y estudios turísticos de la universidad a nivel de pregrado, posgrado y extensión, así como las organizaciones involucradas de contenido social.
- Apoyar a los emprendedores en sus diferentes fases a través de contenidos innovadores, logrando que el éxito de las empresas incubadas contribuya al crecimiento económico y social de las comunidades, impulsando la creación de empleo y el bienestar de la población.
- Diseñar un modelo de Incubadoras de Empresas Turísticas Universitaria que permitan el fortalecimiento de la investigación, para impulsar el desarrollo de nuevas empresas turísticas innovadoras que contribuyan al desarrollo de la economía, la productividad y la capacidad de recuperación del sistema económico de nuestro país.

En virtud de lo argumentado, podemos concluir que el modelo de Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, que estoy diseñando de base comunitaria, incuba procesos de innovación socio-técnica para incluir a los distintos actores de la universidad así como de la economía social y solidaria vinculados con el turismo de base comunitaria, teniendo como norte propiciar el desarrollo de los destinos turísticos emergentes a través del fortalecimiento institucional, la mejora del sistema de soporte, el desarrollo y promoción de los productos turísticos y el acompañamiento a los emprendedores locales, que plantean incentivar el espíritu emprendedor en los espacios turísticos, y promover en forma activa la transformación de ideas, en proyectos y la concreción de los planes de negocio respectivos en empresas productivas que se destaquen por su innovación, esfuerzo y potencial de generación de puestos de trabajo logrando el desarrollo local.

De acuerdo con los objetivos planteados estas incubadoras ofrecen recursos y apoyo a las empresas turísticas emergentes para acelerar su crecimiento y aumentar sus posibilidades de éxito en los primeros años de vida. Al proporcionar recursos y apoyo, se está logrando que el proceso de incubar pueda ayudar a los emprendedores e la superación de obstáculos comunes, como la falta de experiencia empresarial, la falta de conocimiento en marketing y

ventas, la falta de financiamiento y la falta de conexiones en la industria. Es por ello que las Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, se enfocará en la etapa inicial de desarrollo de las empresas, desde la concepción de la idea hasta los primeros pasos de puesta en marcha con el propósito de ayudar a la comunidad Unefista, y los emprendedores locales a desarrollar su modelo de negocio, validar su producto o servicio y establecer una base sólida para el crecimiento futuro. Se centran en brindar apoyo generalizado para el desarrollo empresarial a través de promocionar recursos, asesorías y el acceso a redes de contactos para ayudar a las empresas a crecer de manera estable y sostenible.

En consecuencia, podemos concluir que el modelo de incubadora que se está diseñando como una entidad compleja, tienen como finalidad apoyar y asesorar, en sus primeras etapas, a los emprendedores en su proceso de creación, estructuración, consolidación y desenvolvimiento empresarial. Tiene la capacidad de evaluar los proyectos y orientan a los emprendedores en cuestiones técnicas, legales y financieras, incidiendo en áreas claves para el desarrollo empresarial turística como la gestión empresarial, la estrategia comercial, el marketing, así como la financiación, entre otros aspectos. Dirigidas y asesoradas por profesionales docentes de la UNEFA que formen parte del grupo de investigadores del CRIET de diversas áreas de negocio, comprometidos en el acompañamiento y asesoramiento técnico a través de fomentar la investigación y promover el emprendimiento.

Por consiguiente, contar con una formación especializada a través de los espacios del CRIET, permitirá colaborar con el desarrollo de las empresas y estimular a los emprendedores turístico, bien sea implementando estrategias de crecimiento escalable y sostenido o explotando las habilidades adquiridas para desarrollar una estrategia de negocio con la que presentar un proyecto o empresa propia. Estas incubadoras organizan comunidades empresariales, en comunidades locales y regionales. A través de la capacitación de los estudiantes, docentes y comunidad ofreciendo formación en diversas áreas como marketing, liderazgo, finanzas y comercialización, para cubrir todos los aspectos que abarca un nuevo emprendimiento de negocio.

Por eso es importante el reconocimiento y consolidación de las Incubadoras de Empresas Turísticas Universitarias, motivado a que a través de ellas, se puede lograr una mayor efectividad, eficacia, eficiencia e impacto en la gestión turística, a través de incentivar el espíritu emprendedor en los espacios de la universidad, priorizando el desarrollo turísticos, promoviendo en forma activa, la transformación de ideas en proyectos y la concreción de los planes de negocio respectivos en empresas que se destaquen por su innovación, esfuerzo y potencial de generación de puestos de trabajo. Fomentar y apoyar la creación de encadenamientos de empresas turísticas que contribuyan a mejorar la calidad de la oferta, la competitividad y la sustentabilidad de los emprendimientos.

Referencias y Citas

- Arias, Fidas G. (1998). Mitos y errores en la elaboración de Tesis y proyectos de investigación. Caracas: editorial Episteme.
- Capanegra, C. (2007). La invención del desarrollo turístico, eje de una episteme de poder. En 1er. Congreso Latinoamericano de Historia Económica. 4ta. Jornadas Uruguayas de Historia Económica. CLADHE I – JUHE. 8° Simposio: El turismo como instrumento de Desarrollo Económico y Social en Iberoamérica (siglos XIX-XXI). Montevideo. Uruguay. Disponible en <https://goo.gl/7ZExl7>.
- Carlos Michael Valarezo Espinosa, y Billy Daniel Coronel Espinoza (2018): “El turismo científico y los servicios complementario, una experiencia en la residencia universitaria del CIPCA-UEA”, Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 25 (diciembre / 2018). <https://www.eumed.net/rev/turydes/25/cipca.html>
- Chavez, J & Paziño, H. (2009) Economía del Conocimiento y el Desarrollo de Parques Tecnológicos como incubadoras de empresas: Análisis de las Mejores Prácticas de Corea del Sur con Innopolis Foundation -Estrategias y Recomendaciones para Ecuador. CEPAL
- Federico, Gabriel Abbondio. (2018). “Relevancia de los Centros de Investigación para el desarrollo del Turismo Científico: un caso de estudio en el Centro Nacional Patagónico (CCT CONICET CENPAT). Tesis de Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo Puerto Madryn Universidad Nacional de Quilmes. <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2253>
- Fermín, Orlando (1996). Fundamentos científicos del turismo. Fondo Editorial Fondene: Venezuela.
- Giordano Y. y Jolibert, A. (2008), Spécifier l’objet de la recherche. En M.L. Gavard-Perret, D. Gotteland, Ch. Haon y A. Jolibert (Eds.), Méthodologie de la recherche en sciences de gestion: Réussir son mémoire ou sa thèse. 2da. Edición (pp. 47-86). Francia: Pearson Education.
- Horkheimer, M. (2000). Teoría tradicional y teoría crítica. Barcelona: Ed. Paidós.
- Loubet, J. L. (2000). Initiation aux méthodes des sciences sociales. París-Montreal: L’Harmattan.
- Maribel Osorio García; (2017). “Las Reflexiones en torno a la situación de la investigación turística.” de Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Martínez, M. (1989). “El método hermenéutico-dialéctico en las ciencias de la conducta”. Anthropos (Venezuela) México: Trillas.
- Maroto Sánchez, A., & García Tabuena, A. (2004). El fenómeno de la incubación de empresas y los CEEIS.
- Moreira, R. G., Estragó, E., Reyes, A., Gómez, L., & Sayes, J. Incubación de empresas.
- Nava, C., Castillo, M., Mendoza, R. y Vargas, E. (2014). La Crítica en el Pensamiento Turístico. Rosa Dos Ventos, 6 (3), 324-341.

Nicolescu, B. (2008). *Transdisciplinarity: Theory and Practice*. Estados Unidos: Hampton Press.

Osorio F. y F. Pereira (2011) "Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una Mirada desde la teoría social cognitiva", Cuadernos de administración, Serie organizacionales, 24 (43), p. 13-33, Julio a diciembre, Bogotá Colombia.

Romero, M., León, R., & Castellanos, G. (2020). Modelo de gestión de incubadora de empresa para la transferencia de resultados de I+D+i en universidades ecuatorianas. *Revista Espacios*, 41(39), 1-16. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n39/a20v41n39p07.pdf>.

TALAVERA, A., "Instrumentos específicos de vinculación universidad - industria: Incubadoras de empresas de base tecnológica", Centro para la Innovación Tecnológica UNAM, México, 1992.

Toledano, N (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. *Revista de Educación*. n° 34, p. 803-825.

Universidad Emory y la Red Aspen de Desarrollo de Emprendedores "Aceleración de Startups en mercados emergentes", ANDE 2021.

Y. Carballo-Barrera y A. Nichols, Metamodelo del Proceso de Incubación de Empresas: Componente Modelo de Negocio. Memorias del IV Simposio Científico y Tecnológico en Computación, SCTC 2016, 09 al 19 de mayo de 2016, Universidad Central de Venezuela, Caracas – Venezuela.

Entornos saludables, ciudadanía y paz en el turismo venezolano

Soc. Reiny Beth Torres Barroso

Resumen

El contexto global y nacional complejo e incierto en lo económico, político, social, ambiental y humano incluso previo a la pandemia y la extendida crisis sanitaria actual, plantea desafíos colectivos e institucionales, así como esfuerzos innovadores. Se precisan resultados en el corto y mediano plazo, tangibles y activadores de las capacidades y recursos propios como preámbulo a las construcciones de los escenarios post-pandemia. El siguiente trabajo explora la importancia de los entornos saludables con potencial impacto positivo en el turismo nacional. Es uno de los productos que se derivan de la experiencia del año sabático 2019-2020 en la provincia de Alberta en Canadá. La metodología consiste en una revisión documental, conceptual, análisis de lo observado a partir de los temas de interés: promoción de ciudadanía, cultura de paz y la dimensión recreativa. Se adelantan las siguientes ideas principales: A) La vinculación y armonía entre salud-ambiente-comunidad es un objetivo social que enmarca buena parte de las propuestas de desarrollo y en particular el turismo. B) Cada espacio común es un entorno saludable y destino cercano de cuidado de la vida que invita y que forma parte de un circuito local para el disfrute cotidiano. Sea un corredor natural binacional, un sitio histórico, un mobiliario urbano creado por los ciudadanos, un jardín universitario, el taller de la pintora del barrio, un museo, una feria, un parque vecinal, etc., cada elemento es valioso, forma parte del tesoro nacional. C) Las capacidades organizativas y de gestión comunitaria-institucional son claves, siendo estratégica la información-comunicación ciudadana.

Palabras Clave

Turismo, entornos saludables, ciudadanía y paz

Breve presentación

*La tecnología de la necesidad compendia muchas experiencias exitosas
que han nacido al calor del apremio y, en algún modo,
contribuyen a superar gran parte de sus dificultades.
Todas estas ideas sólo son posibles dentro del mayor amor social.
Fruto Vivas. Las Casas más sencillas*

La visión de un turismo de beneficio colectivo interno, que favorezca la salud física y mental, integrada a una sinergia ciudadana que potencia la convivencia y el desarrollo local en armonía con el ambiente, es lo que motiva este trabajo. La gestión de entornos saludables para el esparcimiento supone reapropiación y conservación del territorio con las comunidades, las instituciones del Estado, las Universidades y otras organizaciones, partiendo estratégicamente de los espacios inmediatos para el ciudadano, con una propuesta social, cultural y ambiental genuina. Lo que caracteriza a algunos destinos turísticos en el mundo, es su cultura, el acceso a diferentes opciones conectadas a la naturaleza y a lugares bien dispuestos que forman parte de la cotidianidad de las personas, en los cuales todos disfrutan y conservan lo que les rodea. El turismo mundial basado en grandes cadenas hoteleras e infraestructura exclusiva para sectores privilegiados que contrasta con la realidad social no tributa a un modelo sustentable y de justicia.

Frente a las consecuencias sociales de la pandemia y los otros escenarios globales en curso y venideros, combinados con la problemática nacional, se precisan acciones para la protección social, de la vida y por tanto del ambiente. El turismo es una actividad clave en la prosperidad comunitaria, así como en el avance de un modelo productivo y de desarrollo acorde al marco constitucional de Venezuela.

Como lo señala Basail (2020) “Los problemas emergentes de salud están vinculados con las condiciones de vida y las formas de vida en los espacios urbanos y no tan urbanos. Por ejemplo, la diabetes y el sobrepeso, la enfermedad renal crónica, la salud mental, la violencia, el embarazo adolescente, los accidentes, las enfermedades pulmonares. Todas ellas formas de enfermar articuladas con los procesos de precarización de la vida a partir de la falta de trabajo, la flexibilización laboral e intensificación de las jornadas, la precarización de los trabajadores, el empeoramiento de la calidad de vida, la pobreza crónica y hasta la inmiseración, así como las pautas culturales basadas en el consumo excesivo, innecesario e irresponsable”

Mucho tiempo antes de la pandemia diferentes voces en el mundo advirtieron escenarios sociales, sanitarios y ambientales de riesgo para la vida en el planeta. El cambio climático, la pérdida de la bio-diversidad, los intereses particulares sobre el interés colectivo, los conflictos bélicos, las migraciones, el acceso a los servicios públicos y las persistentes condiciones de pobreza, entre otros, sigue apuntando a un problema – desafío común, la recuperación y

superación de las crisis desde la cooperación, pero a su vez desde el fortalecimiento, redescubrimiento y cuidado de las personas, de las capacidades y riquezas internas. Los alcances locales sitúan la nación en un plano de interacción global con diversas posibilidades.

Girar en torno a los pequeños y sutiles atractivos de una ciudad, pueblo, barrio o lugar común en conexión institucional con los grandes monumentos y patrimonios naturales, bibliotecas, núcleos científicos, museos y centros comunitarios, por ejemplo, al que puedan acceder con facilidad y de manera gratuita las personas en medio de la rutina de trabajo, de estudio y quehaceres en general redimensiona la realidad social. Los estados de ánimo y la confianza en el porvenir son imprescindibles en la recuperación integral de una nación.

Cabe destacar que este trabajo relata de manera resumida algunos aspectos sociales y culturales claves observados y evaluados en el año sabático, en su mayoría transcurrido en la ciudad de Calgary y cuya culminación colinda con el anuncio mundial de la pandemia del covid-19. En dicha experiencia resalta la educación ciudadana permanente y en cualquier contexto, la diversidad cultural y la inclusión, la organización – mantenimiento – seguimiento para la preservación de los espacios y bienes comunes y el respeto de las normas que favorecen la convivencia y un ambiente de seguridad y tranquilidad a pesar de sus problemáticas sociales.

Entornos Saludables

Y lo paradójico resulta del hecho que en momentos de exaltación de la globalización de los mercados financieros, de las cadenas de suministros, de la cultura de masas y de las redes, el principal cuidado que se despliegue ante una enfermedad globalizada sea el aislamiento individual.
Álvaro García. *Pánico global y horizonte aleatorio*

El término de entornos saludables es usado por la Organización Panamericana de la salud y la Organización mundial de la salud, ha sido adoptado por varios países del mundo incluyendo de Latinoamérica con la finalidad de transformar los hábitats de la población. Se refieren a ambientes con condiciones favorables para la salud integral y en estrecha relación y armonía con la naturaleza, la cultura, son incluyentes y al alcance de los ciudadanos. Son espacios comunes agradables en los que se producen interacciones sociales beneficiosas para la salud y la convivencia.

En el documento final denominado Consenso de Shanghái sobre Ciudades Saludables, generado por alcaldes de varias partes de mundo, en una reunión sobre el tema de los entornos urbanos saludables y realizada el 21 de noviembre de 2016 en Shanghái (China), señala de inicio que “La salud se forja en el ámbito local, en los entornos de la vida cotidiana, en los barrios y comunidades en los que personas de todas las edades viven, aman, trabajan,

estudian y juegan. La salud para todos no es posible sin liderazgo en el plano local y el compromiso de los ciudadanos.”

En este documento se resalta la importancia de la promoción de la salud a través de iniciativas públicas y principios de gobernanza comprometidas con el desarrollo de ciudades saludables y con la participación de los ciudadanos, logrando avanzar a través de diferentes estrategias, recursos y talentos. La mención a liderazgos en el plano local, indica el grado de responsabilidad no solo individual sino colectiva e institucional en la gestión transparente, compartida y coordinada en la organización de entornos saludables.

Como lo explica desde una visión crítica Sejenovich (2015:59) en su libro sobre pobreza y desarrollo sustentable en la gobernanza ambiental en América Latina, calidad de vida debe definirse a partir del vínculo dinámico entre el individuo y su ambiente, en donde la satisfacción de necesidades implica la participación continua y creativa del sujeto en la transformación de la realidad. Esto significa un proceso en el que el conflicto dinamiza e impulsa el desarrollo tanto individual como social. Significa también situaciones siempre cambiantes en las que existe un proyecto de futuro.

Si el desarrollo sustentable consagrado en la constitución venezolana es un propósito nacional con expresa visión integral y el contexto global de pandemia advierte y demanda medidas impostergables que tributen al cuidado de la salud de los pueblos y de la vida, a la par de estrategias ambientales innovadoras desde el ámbito local, las iniciativas con viabilidad en el corto plazo constituyen potenciales epicentros de resignificación de los espacios y recursos propios en general. Sean ciudades, parroquias, campus universitarios, barrios, parques naturales, corredores fronterizos, bibliotecas, mercados populares, escuelas, avenidas, fábricas, etc., nada queda exceptuado de la posibilidad de integrar una red social o sustentable de promoción de la salud, el esparcimiento y la recuperación.

A manera de recordatorio y como referencia que queda para la historia de los acuerdos mundiales frente al escenario de la pandemia y como breve dato para el avance, la reunión Extraordinaria de Ministros de Turismo de las Américas realizada en República Dominicana y en la que participó Venezuela, establece en su declaración con fecha del 7 de mayo del 2021 varios puntos coincidentes con el planteamiento aquí expuesto, entre los que cabe mencionar: el punto 4. “Orientar la reactivación del turismo hacia un sector responsable y sostenible, que promueva la inclusión, la igualdad de género y la accesibilidad para todos, en línea con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.” El punto 8. “*Se insta a que los gobiernos de las Américas, en el marco de la soberanía de los Estados Miembros, coordinen sus políticas de trabajo para garantizar la salvaguarda de los medios de vida, las culturas y los saberes ancestrales, y la protección de los segmentos más vulnerables de la sociedad*”

Temas como la protección de la diversidad biológica frente al cambio climático, las alianzas de sectores públicos y privados para la gobernanza y la dinamización de la economía y apoyo a

los trabajadores del sector turismo también fueron incluidos. Es decir que hay un reconocimiento mundial sobre la necesidad de un turismo nacional e internacional como actividad clave en la transformación, en el escenario post-pandemia y en la mejora de las condiciones humanas.

Por solo mencionar un llamado de carácter mundial para ilustrar las tareas en defensa de la vida no resueltas, a principios de los 90 la declaración de Sundsvall, Suecia sobre los ambientes favorables a la salud, señalaba que “Más de mil millones de personas en todo el mundo tienen acceso insuficiente a la atención esencial de la salud. Sin duda hay que fortalecer los sistemas de atención de la salud. La solución a esos problemas masivos reside en la acción social en favor de la salud y en los recursos y en la creatividad de las personas y sus comunidades. Liberar ese potencial exige un cambio fundamental en el modo de enfocar nuestra salud y nuestro medio ambiente, así como un compromiso político claro y firme hacia políticas sanitarias y medioambientales sostenibles. Las soluciones rebasan el sistema tradicional de salud.”

La problemática socioeconómica nacional limita sin duda la capacidad de reanimación de la acción social-comunitaria en función de proyectos de bien común y con horizontes de trabajo combinado que logre sostenerse y mejorar en el tiempo, es un desafío que se nutre de la confianza, las expectativas y visualizaciones de metas logradas y otras realizables en el tiempo.

El proceso migratorio venezolano por ejemplo junto a la opacidad de los proyectos de vida de las familias a consecuencia de la crisis, el tema salarial y la inflación, han incidido de manera negativa en las posibilidades de un bienestar integral y por tanto las fortalezas de la nación no solo en términos materiales sino sociales, de ahí la urgencia de estrategias cercanas a la población en sus propios entornos.

Como lo señala Boff (2002:109) para el cuidado del propio nicho ecológico, cada persona tiene que descubrirse como parte del ecosistema local y de la comunidad biótica, tanto en su aspecto de naturaleza, como en su dimensión de cultura...; necesita conocer la historia de esos paisajes, visitar los ríos y las montañas, frecuentar sus cascadas y cavernas; necesita conocer la historia de los pueblos que han vivido su historia y construido su hábitat ahí, como han trabajado la naturaleza, como la han conservado o saqueado, quienes son sus poetas y sabios, héroes y heroínas, santos y santas, los padres / madres fundadores de la civilización local.

Los entornos saludables en la guía turística venezolana siempre han estado presentes dadas las privilegiadas condiciones geográficas y naturales, sin embargo, algunos aspectos organizativos, ciudadanos, de conservación y reconfiguración de nuevos destinos cercanos y seguros puede definirse de manera creativa y con apoyo profesional multidisciplinario y vinculación institucional-comunitaria.

Apuntes sobre Calgary en la Provincia de Alberta

*El cambio de las formas de vida,
de trabajo y de ocio afecta de forma muy significativa a la salud.
El trabajo y el ocio deben ser una fuente de salud para la población.
El modo en que la sociedad organiza el trabajo debe contribuir a la creación de
una sociedad saludable. La promoción de la salud genera condiciones
de trabajo y de vida gratificantes, agradables, seguras y estimulantes.”
Carta de Ottawa. 1986*

Calgary es la segunda ciudad más importante de la Provincia de Alberta después de Edmonton su capital, su sistema de salud integral, público y gratuito no se reduce a la red hospitalaria y de atención primaria, sino que comprende un amplio y diversificado programa de asistencia social que trabaja de manera conjunta y que abarca el sistema educativo, recreativo entre otros. Es decir que la vida saludable es un propósito primordial lo que facilita el abordaje de problemáticas como por ejemplo el consumo de drogas, la depresión y el aislamiento.

Da importancia al disfrute del ocio, el desarrollo cultural y la inclusión en un contexto de diversidad cultural. Aunque el foco turístico está centrado en las montañas rocosas y la localidad de Banff y lake Louise y la zona arqueológica con proyección internacional, evidencia más un turismo interno. Ofrece opciones gratuitas para todas las edades y condiciones especiales, conectadas con la naturaleza, la historia y la identidad local fortalecida a través del reconocimiento de sus ciudadanos, trabajadores, inmigrantes, luchas y personajes en medio de una cultura granjera, vaquera, petrolera y territorio indígena. Presenta poca opulencia, pero con algunos rasgos de metrópolis moderna en el centro de la ciudad.

A continuación, se presenta una visión conjuntay generalizada de algunos rasgos socioculturales y lúdicos observados, esta descripción no incluye festividades, sus estrategias, programas, políticas públicas y prácticas recreativas y de ocio. Es más bien una precisión físico-espacial y organizativa, en la que resalta el elemento natural e histórico articulado a la participación comunitaria que es fácil de evidenciar por ejemplo en sus urbanismos con viveros, librerías vecinales, etc., así como las universidades, la gestión local y la iniciativa privada.



Gráfico No. 1 Visión general social, cultural, ambiental y recreativa de Calgary.

Disfrute de la Naturaleza: Se promueven actividades saludables al aire libre, además de que existe una estrategia de información importante por diferentes vías que invita a ejercitarse, a las caminatas en familia, paseos en bicicleta, recorridos en los bosques y parques naturales. Destaca la formación ciudadana que repercute en el cuidado de los espacios comunes y ambiental, también incluye aspectos claves como la cultura canadiense, el respeto a la diversidad, normas de prevención y cuidado en cada estación y de convivencia. En la Provincia de Alberta se encuentra el primer parque internacional de paz en la frontera entre Estados Unidos y Canadá, desde 1932. Comprende el Parque Nacional de Waterton Lakes en Canadá y el Parque Nacional Glacier ubicado en el Estado de Montana en Estados Unidos, un corredor natural desmilitarizado orientado a la preservación del ambiente, la investigación y el turismo.

Museos, Parques temáticos y exposiciones históricas: Alberta es una zona arqueológica importante por sus hallazgos de la era mesozoica, por lo que cuenta con un museo de dinosaurios Royal Tyrrell Museum of Palaeontology ubicado en el Parque Provincial de Midland a 6 kilómetros del municipio de Drumheller. Destacan los museos locales, en varios lugares de la ciudad, en varios sitios públicos y privados presentan muestras históricas, evidencias del pasado como el valor de los migrantes asiáticos por ejemplo en el desarrollo ferroviario de la provincia, los personajes reconocidos, las luchas sociales, la cultura indígena denominada First nation.

La biblioteca pública de Calgary: es una red con al menos 21 sedes extendidas por toda la ciudad y en las afueras sin contar su recién inaugurada biblioteca central con una extraordinaria arquitectura, es una fortaleza cultural y social. Son edificaciones todas dife-

rentes al alcance de todas las comunidades, no solo ofrece libros y juegos, sino que además genera una dinámica ciudadana importante, atrae a la población con una programación cultural, académica y social amplia que incluye cursos gratuitos en todas las áreas.

Los Centros Comunitarios: Las comunidades se benefician de la cultura del servicio comunitario generando una sinergia del cuidado y mantenimiento de los espacios que complementa la gestión de la Alcaldía de Calgary. Cada centro comunitario en los diferentes urbanismos tiene sus propias agendas y publicaciones mensuales de sus diversas actividades.

Centros integrales: Tanto los centros de ocio llamados también, Aquatic & Fitness Centre son administrados por la Alcaldía de Calgary otros centros integrales como los YNCA que requieren suscripción con exoneraciones para las personas de bajos ingresos y que combina deporte, cultura y recreación. En algunos de estos centros funciona también la biblioteca.

IDEAS FINALES PARA UN TURISMO SALUDABLE Y DE PAZ

- La principal fortaleza del turismo en Venezuela lo representa su riqueza natural y cultural, en la medida en que se multipliquen, recuperen o reconecten las interacciones sociales constructivas y los espacios comunes saludables o epicentros ecológicos y socioculturales con acceso gratuito y seguro para la población, será posible fortalecer una amplia red de destinos y atractivos con resonancia local y global que pueden ir desde un mirador vecinal, un museo comunitario, un huerto de la salud en palabras de Fruto Vivas, un teatro escolar, un jardín universitario, una biblioteca parroquial, hasta un corredor natural fronterizo como potencial parque internacional de paz que transforma el conflicto en cooperación desde el respeto de las soberanías. El marco jurídico legal, la cultura del pueblo en su rica diversidad, la solidaridad y el conocimiento en materia de salud integral, así como ambiental y de otras áreas complementarias iluminan el horizonte por transitar para las demandas presentes y escenarios futuros.
- Los entornos saludables y de paz son un objetivo social, es preciso definirlos en el contexto nacional y con visión estratégica y humanizadora ante las dificultades actuales y sobre todo ante un deterioro social. Identificar y gestionar los potenciales y reales espacios ecológicos es una tarea primordial, siendo clave el papel del Estado y los ciudadanos para que puedan funcionar adecuadamente bajo esquemas de mantenimiento y visión innovadora. Urge la promoción de ciudadanía, valores y educación sobre el hábitat y su valor transgeneracional.
- El turismo es un marco de acción primordial para la prosperidad comunitaria, moviliza en función de proyectos colectivos realizables en el corto plazo, evidencia liderazgos creativos y constructivos y puede impulsar iniciativas productivas y económicas que combinadas con un plan de promoción-proyección de la imagen e identidad parroquial puede configurar o fortalecer los entornos saludables a partir de lo que tiene cada comunidad como espacios de valor cultural, social, ambiental, comercial y productivo.

- Se sugiere como metodología de avance en la resignificación de los espacios para el impulso de un turismo saludable, un diagnóstico participativo básico que permita a través de una red de trabajo local, identificar posibles entornos saludables en cada parroquia y sector, teniendo como plataforma inicial algunas instituciones del Estado y de gobierno y sus servidores públicos, que son quienes habitan en cada localidad o sector y que pueden brindar una información-apoyo de primera mano junto a su comunidad. Esta dinámica administrativa puede graficarse de siguiente manera:

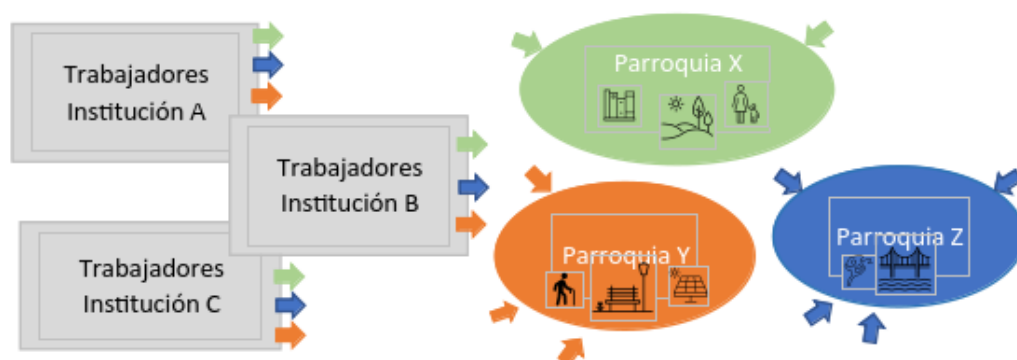


Gráfico No. 2 Estrategia participativa de organización y recuperación de Entornos Saludables y de paz

Referencias bibliográficas

- Basail, A. (2020) Claves de la salud pública y la protección de la vida. Disponible en CLACSO.org
- Boff, L. (2002) El cuidado esencial. Ética de lo humano, compasión por la tierra. Editorial Trotta. Madrid, España.
- Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud. (1986). Canadá
- Consenso de Shanghái sobre Ciudades Saludables. (2016). China.
- Declaración de Sundsvall sobre los ambientes favorables a la salud. 9-15 de junio de 1991. Suecia
- Declaración de la reunión Extraordinaria de Ministros de Turismo de las Américas realizada en Punta Cana, República Dominicana. 7 de mayo del 2021. Disponible en <https://www.unwto.org/es>.
- García, A. Pánico global y horizonte aleatorio. Conferencia inaugural del ciclo académico de las carreras de Sociología y Antropología del Instituto de Altos Estudios Sociales, de la Universidad Nacional de San Martín, Argentina, 30 de marzo de 2020. Disponible en <http://www.nuestrasvoces.com.ar/a-vos-te-creo/panico-global-y-horizonte-aleatorio/>
- Sejenovich, H. (2015) Pobreza y desarrollo sustentable en la gobernanza ambiental en América Latina. CLACSO. Buenos Aires.
- Vivas, F. (2011) Las casas más sencillas. Fundación Editorial El perro y la rana. Caracas.

El senderismo como actividad turística sostenible en la comunidad de Tucupido del estado Anzoátegui

MSc. Yenny Cardozo

Resumen

El aprovechamiento o no de los espacios geográficos y de los recursos que brinda la naturaleza puede provocar desequilibrios o, por el contrario, mejorar la calidad de vida de los habitantes de una comunidad. El estado Anzoátegui tiene una geográfica privilegiada: está enclavada a orillas del Mar Caribe, tiene extraordinarias particularidades climatológicas, posee condiciones favorables y aptas para la práctica de diversos tipos de turismo: el de sol y playa, el deportivo, de salud, entre otros. Este privilegio geográfico no es aprovechado en todo su esplendor. Tucupido es una comunidad abundante en vegetación y con una gran diversidad de recursos naturales. Esa riqueza natural es propicia para el desarrollo de turismo de naturaleza; no obstante, los habitantes no han tenido la visión, ni la creatividad, ni la capacidad para poner en marcha el desarrollo de la actividad turística. Así que el objetivo principal del presente estudio es implementar el senderismo como actividad recreativa y de aprovechamiento turístico sostenible, en la comunidad de Tucupido, zona rural, municipio Juan Antonio sotillo, estado Anzoátegui. La metodología se suscribe en un paradigma cualitativo, la cual me permitió contextualizar y analizar la realidad objeto de estudio de manera holística y dinámica. Por tanto, la investigadora se involucró, propiciando una relación dialéctica, subjetiva e intersubjetiva.

Palabras Clave

Senderismo, Tucupido, Actividad Turística Sostenible.

Introducción

El noventa por ciento del territorio venezolano es rural; sin embargo, sólo el veinte por ciento de la población habita en esta área. La pérdida progresiva de habitantes en las últimas décadas obliga a tomar medidas para que la permanencia de la población en ese medio rural sea atractiva y tenga perspectivas de futuro. Para ello se hace imprescindible hacer uso del senderismo como un mercado emergente para el desarrollo del turismo como fuente de ventaja competitiva y de mejora del flujo turístico en la comunidad Tucupido del estado Anzoátegui.

Situándola frente a la oportunidad de desarrollo al ofrecer múltiples posibilidades de progreso por ser una de las más eficientes formas de turismo sostenible. El turismo implementado de forma bien planificada, puede ser una fuente constante y amplia de ingresos y en consecuencia una oportunidad para el desarrollo de poblaciones locales, primordialmente rurales. Para lograrlo es necesario políticas activas complejas, multisectoriales, que combinen las pequeñas acciones ligadas a la localidad con visiones más amplias e integrales, siempre en alianza con las organizaciones locales de carácter gubernamental y no oficial.

Desde este enfoque se encuentra que el estado Anzoátegui tiene una ubicación geográfica privilegiada por que está enclavado a orillas del Mar Caribe, posee extraordinarias particularidades climatológicas, conserva condiciones favorables aptas para la práctica de diversos tipos de turismo: el de sol y playa, el deportivo, el de salud, entre otros. Cuenta, además, con una riqueza patrimonial histórico-cultural que (aunado a su mayor riqueza como lo es la creatividad, hospitalidad y gentilicio del anzoatiguense) lo perfilan como uno de los destinos con mayor diversidad de ecosistemas que pueden ser aprovechados a través del turismo como actividad sostenible.

Develando realidades

El senderismo es una actividad recreativa nacida y desarrollada en Europa durante más de veinte años (desde 1975). Estaba dirigida exclusivamente en el ámbito de montaña y le brinda al hombre una convivencia estrecha con la naturaleza. Hoy día existen a nivel mundial los clubes de montaña, y de reciente data, países de América Latina lo han dinamizado en sus comunidades. El senderismo ha abierto cauce a las inquietudes ecológicas de los sujetos propios o foráneos. Además, ha sido una vía de ingresos económicos para desarrollarse de forma sostenible. Por tanto, parece un medio especialmente adecuado para impulsar el desarrollo sostenible en el medio rural venezolano.

Es por eso que el senderismo puede ser concebido como una actividad que se realiza al aire libre, ya que consiste en paseos cortos (menos de una hora) y paseos largos (varios días) en paisajes culturales y naturales, es más frecuente en las zonas rurales. A pesar de la significativa importancia para el dinamismo económico del turismo rural, aún son escasos los

trabajos que se realizan sobre este tema. En Latinoamérica la naturaleza exuberante y la diversidad de paisaje con gran número de comunidades rurales, parques y florestas, permite que varias regiones apuesten por este tipo de turismo de senderismo.

En este marco de ideas la comunidad de Tucupido, ubicada en la zona rural del municipio Juan Antonio Sotillo del estado Anzoátegui, goza de una gran diversidad de paisajes y espacios donde es posible desarrollar actividades al aire libre lo que permite relajarse y disfrutar de sus atractivos como: el salto canaimita, la poza de Ña Pancha, aguas termales, la poza del Amor, la poza de la Tortuga, entre otros.

La economía de Tucupido se sustenta en la actividad agrícola con la siembra en conucos, los cuales les permiten sustentarse económicamente y al desarrollar el senderismo como actividad turística proyecta lo sostenible en diversas direcciones. Ésta caracterización de sus espacios, en cuanto a la diversidad de recursos naturales, permiten pensar en una propuesta para que organismos estatales, entes particulares y/o comunidad en general perciban la posibilidad de implementar en

Tucupido el senderismo con fines turísticos.

Para ello, es necesario que se consideren los atractivos existentes en esta zona geográfica, así como las dificultades presentes en esta localidad. Actualmente no se ofrece el turismo sostenible y por lo tanto, no se promueve la concientización de la conservación del ecosistema que está alrededor del cuerpo hídrico de la cuenca alta del río Neverí, lugar correspondiente a este municipio.

Es importante resaltar que la falta de planificación de actividades por el sendero ubicado a lo largo de la comunidad de Tucupido, además, no brinda la oportunidad de disfrutar diferentes lugares para crear en el visitante una experiencia memorable partiendo del turismo sustentable y apoyando de manera significativa la conservación de la naturaleza e indiscutiblemente reforzando los orígenes de la cultura del anzoatiguense.

En tal sentido, el senderismo dentro del turismo de naturaleza es considerado una modalidad recreativa, que se preocupa por la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad. En este sentido, Lascurain (2010), explica que el turismo de naturaleza son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con el ambiente y las expresiones culturales presentes en ella, con una actitud, compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de estos valiosos recursos.

La definición antes citada, señala la segmentación del turismo de naturaleza basado en el interés que el turista tiene y busca al estar en contacto con el medio ambiente. Esta

modalidad se divide en tres grandes segmentos como son: el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural, cada uno compuesto por diversas actividades, donde cabe mencionar, que cualquiera de éstas puede requerir de guías, técnicas y equipos.

Es importante señalar, que al establecer objetivos generales se propicia mantener y ampliar la base económica del medio rural mediante la preservación de actividades competitivas y multifuncionales, y la diversificación de su economía con la incorporación de nuevas actividades compatibles con un desarrollo sostenible. Mantener y mejorar el nivel de población del medio rural y elevar el grado de bienestar de sus ciudadanos, asegurando unos servicios públicos básicos adecuados y suficientes que garanticen la igualdad de oportunidades y la no discriminación, especialmente de las personas más vulnerables o en riesgo de exclusión. Conservar y recuperar el patrimonio y los recursos naturales y culturales del medio rural a través de actuaciones públicas y privadas que permitan su utilización compatible con un desarrollo sostenible.

Al fomentar la conciencia en la propia población local, para usar los senderos orientando su actividad a la promoción de la salud, ocio activo y el deporte recreativo, en una sociedad que está readaptando los valores y las oportunidades del medio rural. E impulsar la calidad, extendiendo este criterio a los materiales de señalización, el diseño, difusión en canales especializados, la promoción, conexión en redes estatales y municipales, la integración en el medio natural o su relación con la protección de la biodiversidad.

Desde el punto de vista histórico y social del senderismo como actividad turística, brindará conocimientos concernientes a la historia, la población, el carácter turístico, los promotores de la iniciativa. A nivel institucional y comunitario se verán beneficiados de manera directa la población que está vinculado con la comunidad.

Una mirada teórica

Generalidades del Turismo

La Organización Mundial del Turismo (1989), define turismo como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Para, Bormann (2019), define el turismo como el conjunto de viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Actividades recreativas

Desde la postura de Lezama C. (2010), las actividades recreativas, han adquirido, en los últimos años, una importancia esencial para cualquier sociedad, a partir de sus potencialidades para el desarrollo y perfeccionamiento de la vida humana y el mejoramiento de la calidad de vida de la población en general, en este sentido, además de constituir una actividad placentera, también sirve de medio para desarrollar conocimientos, habilidades, hábitos, cualidades y provocar emociones, mediante una participación activa y afectiva de los sujetos, por lo que la formación de la personalidad se transforma en una experiencia feliz.

El senderismo y el turismo

El surgimiento del senderismo como actividad turística, se caracteriza como una búsqueda continuada de experiencias, de nuevas sensaciones Gomes, (2019), a través de un ejercicio de curiosidad, en el cual las personas empiezan a observar, a analizar y a estudiar comportamientos durante sus desplazamientos. La velocidad y el ritmo de vida dentro de la sociedad actual dificultan una mayor atención a los elementos de observación y de disfrute dentro de los paisajes naturales, culturales y humanos, en este sentido, desde el paradigma de la experiencia turística, el senderismo contribuye a la desconexión de la rutina diaria. Rodríguez y Campo, (2010), el senderismo es predominantemente clasificado como una búsqueda activa, sin embargo, hacen énfasis también que es una importante actividad turística recreativa y de ocio, existiendo redes de caminos y sendas tradicionales identificados que pueden dar aperturas a comunidades rurales con proyección sostenible.

En algunos países, la actividad está más desarrollada que en otros, ofreciendo rutas que permiten recorrer grandes extensiones de su territorio, pues posee una gestión y planificación de las rutas. Mientras se desarrolla, esta modalidad turística se hace cada vez más importante en relación a las potencialidades de los espacios naturales y rurales para generar una importante práctica de actividades de ocio.

Los planteamientos formulados por los autores antes citados, permiten considerar al senderismo como una de las actividades que más demanda por los turistas de naturaleza y una de las más ofertada por las empresas y los destinos. Los autores subrayan que esto generó un incremento en la rehabilitación de senderos y caminos, eventos relacionados al senderismo, y una promoción del turismo de naturaleza bajo un control de normativas recomendadas para la conservación del entorno natural.

Funciones de los senderos

Los senderos cumplen varias funciones, tales como: a) Servir de acceso y paseo para los visitantes. b) Ser un medio para el desarrollo de actividades educativas. c) Servir para los propósitos administrativos del área protegida.

De acuerdo a Tacón y Firmani (2014), expresan que existen tres tipos de senderos:

1. Senderos interpretativos: son relativamente cortos. Su objetivo es mostrar la fauna, la flora y otros elementos naturales del área de una manera atractiva para los visitantes; pueden ser recorridos sin guía.
2. Senderos para excursión: son senderos de recorrido más largo. Se encuentran muy bien señalizados y trazados. Deben de ser seguros para los visitantes y para el medio ambiente.
3. Senderos de acceso restringido: son más rústicos y fundamentales para tareas de vigilancia. Normalmente son usados por propietarios guardaespaldas. Pueden ser utilizados por visitante, pero siempre acompañado por alguien de la zona.

En la misma línea Zurita (2019), habla de la existencia de 4 tipos de senderos:

1. Senderos de gran recorrido: distancia superior a 50 km sus señalizaciones son, en blanca y roja.
2. Senderos de pequeño recorrido: su distancia es entre 10 y 50 km. Se señalizan en blanco y amarillo.
3. Senderos locales: no superan los 10 km. Se indican en blanco y verde.
4. Senderos urbanos: circunscritos a un ámbito urbano. Su señalización es amarilla y roja.

Características de un sendero

De acuerdo con el manual de senderos elaborado por Alberto Tacón, y Carla Firmani, (2014), el sendero en un área protegida privada (APP) para cumplir adecuadamente con sus objetivos, debe:

- Permitir la llegada a aquellos lugares aptos para ser visitados: con el objetivo principal de contribuir a que la presencia de visitantes se restrinja sólo a aquellas zonas que han sido definidas como aptas para el uso público, de acuerdo a una planificación previa.
- Representar los principales ecosistemas del área protegida privada: si bien en toda área existen ecosistemas de mayor importancia o fragilidad que no es recomendable que sean visitados, es deseable que los senderos incorporen en su recorrido la mayor diversidad posible de ambientes naturales.
- Acceder a las zonas de mayor belleza escénica: los senderos buscan llevar a los visitantes a lugares de especial valor paisajístico, previamente identificados en un inventario de elementos singulares o atractivos (rocas, cuevas, árboles monumentales, cascadas), de esta forma, el recorrido va conectando los distintos puntos seleccionados en su trazado.
- Considerar medidas de diseño para regular la capacidad de carga: los diferentes ecosistemas admiten distintas intensidades de uso de acuerdo a su grado de fragilidad. Los senderos deben trazarse, construirse y ser empleados de manera que no generen intensidades de uso que puedan afectar severamente o de manera irreversible a los ecosistemas, hábitats y recursos naturales.

- Ofrecer seguridad y comodidad: la persona que transita por el sendero debe sentirse cómoda y segura, en la medida de lo posible, los senderos deben poder ser transitados durante todo el año, aunque por razones de accesibilidad, seguridad o riesgo ambiental, su uso suele estar restringido a una determinada estación.
- Utilizarse para la función exclusiva para la cual fueron diseñados. Si un sendero fue diseñado para ser transitado a pie, esta restricción debe ser respetada. Con ello se contribuye a resguardar la seguridad de los usuarios, al mismo tiempo que se previenen mejor los posibles impactos negativos y se asegura un mejor mantenimiento.

Metodología para planificar la construcción de un sendero

Según Tacón y Firmani (Ob.cit), en el manual de senderos, requiere tener en cuenta aspectos como el tipo de uso que se le da al suelo. Si el suelo está destinado a captación de agua potable, restauración o preservación de especies vulnerables, tanto el recorrido, como el diseño y el tipo de uso público (ecoturismo, educación ambiental, investigación) serán muy distintos. Por ello, se requiere tener claridad sobre los lugares por donde puede y no puede pasar un sendero, y analizar las distintas alternativas de trazado. Es clave recorrer exhaustivamente y en varias ocasiones las posibles rutas, para conocer cuáles son los detalles que facilitarían o dificultarían la construcción del sendero.

Perspectiva metodológica

Desde esta visión, la metodología se suscribe en un paradigma cualitativo, la cual me permitió contextualizar y analizar la realidad objeto de estudio de manera holística y dinámica Hurtado (2000), explica que ésta permite profundizar en las formas de conocimiento que han sustentado las actuaciones y experiencias de los entrevistados en los distintos escenarios donde se realiza la investigación.

En este caso, se dilucida el senderismo como actividad turística sostenible, basada en un sistema de racionalidad administrativa a fin de abordar la realidad de la comunidad, con miras a enriquecer así el proceso interpretativo que implica la acción de interactuar al insertarme en un mundo hipercomplejo y versátil de la comunidad de Tucupido.

Por consiguiente, se buscó una aproximación a la realidad estudiada holísticamente, accediendo a dilucidar las relaciones que se generan en el contexto de los actores objeto de estudio, para comprender la relación entre la realidad del proceso y reflexionar acerca de senderismo como actividad turística sostenible, como investigadora y con experiencia en turismo y en el área, me permitió enmarcar el proceso en un ámbito participativo, reflexivo y de construcción entre los actores involucrados, que consiente evaluar la realidad, en sintonía con las exigencias laborales referente del senderismo como actividad turística sostenible.

Presentación y discusión de evidencias. Diagnóstico de la comunidad de Tucupido

La comunidad de Tucupido cuenta con bellezas escénicas y variados ecosistemas de un altísimo potencial turístico. Los escenarios maravillosos están representados por el majestuoso río Neverí, impresionantes caídas de agua, atractivos paisajes, además de una fauna y flora extraordinarias de gran provecho para el sector turístico, tomando en consideración las potencialidades que posee la comunidad de Tucupido.

Esta zona rural del municipio Juan Antonio Sotillo, estado Anzoátegui, es una localidad, asentamiento, caserío o sitio poblado del municipio Juan Antonio Sotillo, ubicada a aproximadamente 12,08 km de Guanta (municipio Guanta) y 12,58 km de Puerto La Cruz (Juan Antonio Sotillo), a 100 metros sobre el nivel del mar. La comunidad de Tucupido está enclavada, en una zona con clima de montaña, rodeada de abundantes recursos naturales, con saludable hábitat, manantiales e impresionantes caídas de agua y variados paisajes geográficos.

Diagnóstico social

Al final de la carretera de El Rincón se encuentra la comunidad de Tucupido, con gente amable y cordial, aire de montaña, formaciones geológicas, donde la naturaleza ha sido generosa al incluir diferentes potenciales turísticos, tales como: caídas de aguas, posas de aguas termales, es decir, con propiedades medicinales, rodeada de fauna y flora variada entre ellas: arboles inmensos alrededor del río, arbustos exóticos, también árboles frutales. Asimismo algunos anfibios, serpientes, aves, diferentes especies de agua dulce.

Actualmente la población de Tucupido cuenta con un aproximado de 301 habitantes, según censo realizado por el consejo comunal de Tucupido en el año 2013. Es una comunidad que posee recursos naturales tales como el Salto Canaimita, la Poza de Ña Pancha, aguas termales, la Poza del Amor, la Poza de la Tortuga, entre otros, donde sus pobladores trabajan la agricultura gracias a las bondades de su tierra, que, con propuesta sólida, es una alternativa pospandemia para proyectar la comunidad.

Diagnóstico cultural

Los primeros en poblar este sitio fueron lugareños, producto del intercambio de culturas entre indígenas e inmigrantes, con los siguientes apellidos: Sifontes, Azocar, García y Morales, todos nativos hoy día de esta población. Con el pasar del tiempo emigraron a la zona otras familias que se organizaron en parcelas, construyendo sus viviendas de bahareque, algunas de barro, paja, lata brava (planta que se consigue a orillas del río), otras con paredes rellenas de piedras; el fogón fue su principal recurso para preparar los alimentos, atractivos para intercambiar con otras culturas.

Los habitantes emprendieron como modo de sustento la actividad agrícola y también la cría de aves de corral, así como, la cría de cerdos. Utilizan como transporte las bestias (caballos, burros, mulas) para el traslado de personas, al igual las frutas y verduras que se cosechan para el consumo diario. El caserío en algunos sectores se alumbraba con lámparas de kerosene a las que le colocaban mechas de trapo.

Caracterización del espacio

La caracterización de sus espacios en cuanto a la diversidad de recursos naturales, permite pensar en la intención de implantar un sendero, con fines turísticos, en el cual se consideren los atractivos existentes en esta zona geográfica, así como las dificultades presentes en esta localidad. Este sendero ofrecerá la posibilidad de desarrollar el turismo como actividad sostenible, con la intención de promover la concientización sobre el ecosistema que rodea el cuerpo hídrico de la cuenca alta del río Neverí.

Es importante resaltar que la planificación de las actividades por el sendero ubicado a lo largo de la comunidad de Tucupido brinda la oportunidad de disfrutar diferentes lugares para crear en el visitante una experiencia memorable partiendo del turismo sustentable y apoyando de manera significativa la conservación de la naturaleza e indiscutiblemente reforzando los orígenes de la cultura del anzoatiguense.

Reflexión final

La organización esquemática del plan del senderismo como actividad turística permitirá facilitar el proceso de conceptualización, diseño y ejecución del mismo, además de contar con las herramientas para estructurar el desarrollo, planificarlo, y comunicar la información esencial.

Se plantean tres eventos a realizarse (a corto, mediano y largo plazo), con metas establecidas, espacios para la creación de los indicadores (que sintetizan cada una de las acciones a aplicar), los tiempos estimados para su realización, la forma en que serán medidos y los factores externos que afecten y se manifiesten en el proceso de ejecución.

Una vez concluida la labor de proyección y el diseño del proyecto, se considera que esta alternativa brinda la oportunidad de reconocer el papel de senderismo como actividad turística que garantiza sostenibilidad a la comunidad de Tucupido, en especial post-pandemia, y que puede ir más allá de la teoría de los salones de clase; pues al estar inmerso dentro de la realidad se pueden señalar la necesidad de salir y explorar nuevos campos en donde pueda aplicar la teoría para así ayudar a las comunidades que están en proceso de crecimiento y desarrollo. Es importante reconocer que la teoría, acompañada de empeño y convicción, se puede llevar a la práctica para beneficiar a otras personas.

Referencias bibliográficas

- Bormann (2019), La conservación y manejo de los espacios naturales y plantaciones forestales de la Universidad Simón Bolívar en el Valle de Sartenejas, Baruta, Estado Miranda. Trabajo no publicado. Universidad Simón Bolívar. Caracas. Pág.: 115.
- Corporación de Turismo (1989), La creación de una red de senderos locales como estrategia turística de futuro en zonas de montaña: Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación. UNATUR. Anzoátegui Venezuela.
- Firmani, (2014), Turismo rural, elementos definidores. Estrategias públicas de apoyo a problemas estructurales. La perspectiva de Castilla – La Mancha, Revista de Análisis Turístico, 9, 1º semestre.
- Gomes, (2019), El ocio y el deporte en la época del turismo global. Apuntes: Educación física y deportes. España.
- Hurtado, J. (2000). Metodología de la Investigación Holística. (3ª. ed). Caracas: Editorial Sypal. Pág: 35
- Lascurain (2010), Estudio de Prefactibilidad Socioeconómica del Turismo de Sendero Ecológico y Anteproyecto Arquitectónico y urbanístico del Centro de Turismo Ecológico de la Reserva de la Biosfera SianzKazán, Q.R.; México. Pág: 153
- Lezama C. (2010), Modelo de gestión para la sostenibilidad de destinos turísticos de naturaleza. Trabajo de diploma. Universidad de Matanzas. Facultad Industrial Economía. Pág: 218
- Rodríguez y Campo, (2010). Acondicionamiento de las áreas protegidas para el desarrollo de actividades de ocio y recreación. Desarrollo local sostenible. Venezuela.
- Tacón y Firmani (2014), La conservación y manejo de los espacios naturales y plantaciones forestales de la Universidad Simón Bolívar en el Valle de Sartenejas, Baruta, Estado Miranda. Trabajo no publicado. Universidad Simón Bolívar. Caracas. Pág: 115
- Zurita Pérez, R. (2019), Realización de actividades de aventura en el medio natural en el área de educación física. Innovación y experiencias educativas. Pág: 98

Turismo y gastronomía como ciencia

Lic. María Elena Ramos Padrón de Díaz

Resumen

Este ensayo de reflexión presenta una interpretación crítica de lo que, al observar los abordajes epistémicos de dos disciplinas, Turismo y Gastronomía, pueden significar en la construcción de saberes en cuanto al desarrollo de las mismas. Surge la pregunta de si se considera a cada una, por separado, como ciencia, o si se unen y forman la nueva tendencia o modalidad del turismo, el Turismo Gastronómico, siendo igualmente ciencia. Esta inconformidad del conocimiento, me lleva a revisar las teorías de la epistemología que se adaptan a tal fin, para darle sentido, realce y significado científico, y que ambas disciplinas dejen de ser objeto del mercadeo o de creerse que simplemente tienen un significado economicista, consideradas hasta ahora como simples actividades turísticas o como la promoción de destinos (que va mucho más allá de lo que se observa).

De allí que, considero que ambas disciplinas deben ganar peso conceptual epistémico para poder salvaguardar los destinos y sus comunidades (con todo lo que eso conlleva) y que se conviertan en una ciencia del turismo con desarrollo sustentable, lo que obliga a cada empresa turística a que su personal esté altamente formado, capacitado y competente para realizar las acciones pertinentes.

Palabras Clave

Turismo, Gastronomía, Turismo gastronómico, Epistemología, Epistemología del turismo

I. Introducción

Observando la realidad de lo que dicen muchos teóricos acerca de si el turismo (y la gastronomía) se consideran ciencia, investigando sus propuestas, analizo y pretendo ir más allá de sus posiciones, pues para estos momentos en que el quehacer turístico se requiere mayor científicidad, revisando entonces la adecuada epistemología que les aporte el propio carácter de ciencias, sacándolas de considerarse simples actividades.

Considero que hay causas y motivos que han impedido el estudio de la filosofía del conocimiento del turismo o la epísteme del turismo y de la gastronomía, pues advierto que en la mayoría de las universidades donde se imparten estas carreras, los docentes no tocan el tema como tal y la excusa es que sus pensum de estudio no lo contemplan, ni lo incluyen. De allí que, los educandos en turismo y en gastronomía deben formarse en lo referente a la propia epistemología, para darles relevancia y consideración tanto como a las disciplinas que se llaman duras, formales, ciencias, haciendo que se desarrollen e instauren acciones que, si bien pertenecen a profesionales que son de áreas distintas (aunque muchas veces complementarias) como son las sociales, administrativas, de la salud, ingenierías, naturales, humanas, no poseen competencias para desarrollar el turismo (aunque un poco más la gastronomía), coadyuvando a su entendimiento sin que lleguen a ser auténticas, por lo que propongo se desarrolle un método científico propio, pues como dice el dicho popular, zapatero a su zapato. Cada quien en su área y en lo suyo. En este ensayo reflexivo se investigaron fuentes bibliográficas y referencias que hablan de la epistemología del pensamiento turístico, teóricos como Conte, Montecinos, Cartay, entre otros.

De esta manera, en adelante reflexionaré sobre ciertas posiciones que, definitivamente, dan luz y aportan una mejor vía en cuanto a la correcta comprensión científica en la postura del turismo y la gastronomía.

II. Desarrollo

El abordaje de las bases del pensamiento turisticológico, o lo que ya he llamado la epísteme del turismo (y de la gastronomía), se basa en que hasta ahora los conceptos que se tienen de las mismas no han sido congruentes ni sistemáticos, ya que ha predominado el paradigma prediccionista o positivismo, con una perspectiva cuantitativa y mensurable, visible, donde la metodología se plantea en base a una serie de hipótesis que predican que algo va a suceder para a posteriori verificarlo o comprobarlo. El positivismo no acepta la interpretación de la realidad, sólo acepta la estadística como herramienta entre los aspectos cuantitativos mezclados con los cualitativos, pues les ayuda a explicar, controlar y predecir.

Ahora bien, hay teóricos que se alejan de la idea del positivismo, como son Aristóteles, Modestino, Cicerón, Ulpiano, Tomás de Aquino, Buenaventura, Eckhart, Schleiermacher, Nietzsche, Dilthey, Heidegger, Hans-Georg Gadamer, Ricoeur, Betti, Hegel, Adorno, Morin,

Vattimo, Beuchot Castilo, Panosso, Conde, quienes proponen migrar definitivamente a una fundamentación filosófica y ética que vaya en contra de las lógicas del mercado. Para ello proponen que dicha epistemología se encauce hacia la hermenéutica analógica y dialéctica, junto a la retórica y la semántica como su marco metodológico. La hermenéutica es definida como

“un conjunto de reglas y procedimientos orientados a la sensibilidad y la sutileza, a través de un corpus conceptual dirigido a realizar una interpretación prudente, pues pasa desde el trasponer el sentido y acceder al sentido profundo (oculto, quizás), en función de superar la univocidad, evitar la equivocidad y lograr la analogía, pues la hermenéutica, en cierta manera, descontextualiza por recontextualizar, llega a la contextualización después de una labor elucidatoria y hasta analítica” (Beuchot, 2000, p.14).

La hermenéutica se caracteriza por lo siguiente:

- Es un saber epistémico que ofrece una noción y método trascendente
- Su objeto radica en comprender la dimensión teórica y práctica del mundo objetivo
- Se mueve en multidimensiones (lo económico, político, jurídico, administrativo, cultural, lo simbólico)
- En cuanto a su interrelación con el turismo, siendo éste una acción significativa y que se materializa por entes concretos (calidad, viajeros, actores, hospitalidad), la hermenéutica apoya significativamente al turismo, considerándose como su eje cognitivo por excelencia, sin duda alguna.

De esta manera, podemos hablar de la hermenéutica turística, y definirla como una teoría y metodología humanista, que sirve para explicar de manera racional y frónética (desde lo prudente) el ámbito relacionado a huéspedes y anfitriones -prestadores de servicios turísticos-. Este concepto tan específico en el contexto turístico la han desarrollado los siguientes teóricos: Tomillo, Otero, Arcodia, Patterson y William, Keller y Almeida, Pieper. No obstante, este concepto sigue evolucionando, hasta llegar a la hermenéutica dialéctica transformacional, objeto de análisis en este ensayo.

Aclaro que, para este momento, el turismo es visto como un conjunto de dimensiones u ópticas, donde cada una tiene su perspectiva o punto de vista, sin que esto impida que el turismo, en sí mismo, sea concebido como un todo organizado y complejo. Más allá de cómo lo definan, debe entonces haber una vía que aporte el entendimiento de la realidad turística (la cual es muy amplia y delicada). Y esa postura filosófica la aporta la hermenéutica. Conde, en 2008, expresa que desde la epistemología y el pensamiento turisticológico, asumidos bajo la perspectiva latinoamericanista y desde el campo de la Hermenéutica Dialéctica Transformacional, la define como “la teoría y práctica de la interpretación basada en la metodología de la contradicción y del estudio de las analogías y las oposiciones en la esencia misma de los objetos”.

De esta manera, la hermenéutica dialéctica transformacional permite, según la advertencia de Conde, evitar las posturas neopositivistas y post funcionales que se ha venido maneando en cuanto al turismo, las cuales le han dado un carácter univocista y carente de epistemicidad, por lo que muchos científicos alegan que el turismo no tiene contexto científico, sino que se enfoca en una estrategia administrativa, de marketing, entubada hacia el enfoque mercantilista por así decirlo, en lo que coincido que estas posturas van desde “los primeros propagandistas del turismo a finales del siglo XIX, hasta ... la sociología turística de los años 30, de los turexpertos y turespecialistas empresariales y empresariales actuales”. Véase que la orientación que se le ha venido dando a la definición comercial, mercantilista e instrumental de la Organización Mundial del Turismo y sus Secretarías, ha sido relevante en cuanto a la postura neopositivista, debido a que la mayoría de estos entes no han desarrollado ninguna inclinación epistémica, ni ontológica ni deóntica que le de carácter filosófico-científico al turismo, incluyendo todas sus modalidades y tipologías. Precisamente a esto es que se opone la hermenéutica, a la idea exacerbada de turisticidad por su falta de argumentación y de racionalidad analógica y dialéctica, a la idea positivista, funcionalista, culturalista propia de las ciencias sociales, y así mismo se opone rotundamente a la otra concepción extrema, la postura equivocista que constantemente cuestiona la importancia del turismo, del ocio y del tiempo libre. De allí que, al mencionar todas estas ventajas que nos ofrece la Hermenéutica Dialéctica Transformacional, y bajo su perspectiva, me surge una pregunta: ¿cómo se manifiesta la interdisciplinarietà en el estudio del ocio, tiempo libre o turismo? Es decir, ¿podemos abordar la epistemologicità del turismo desde una dimensión hermenéutica dialéctica?

En las dos (2) siguientes figuras se visualizan las ventajas que ofrece la hermenéutica dialéctica transformacional para el enfoque científico del turismo.

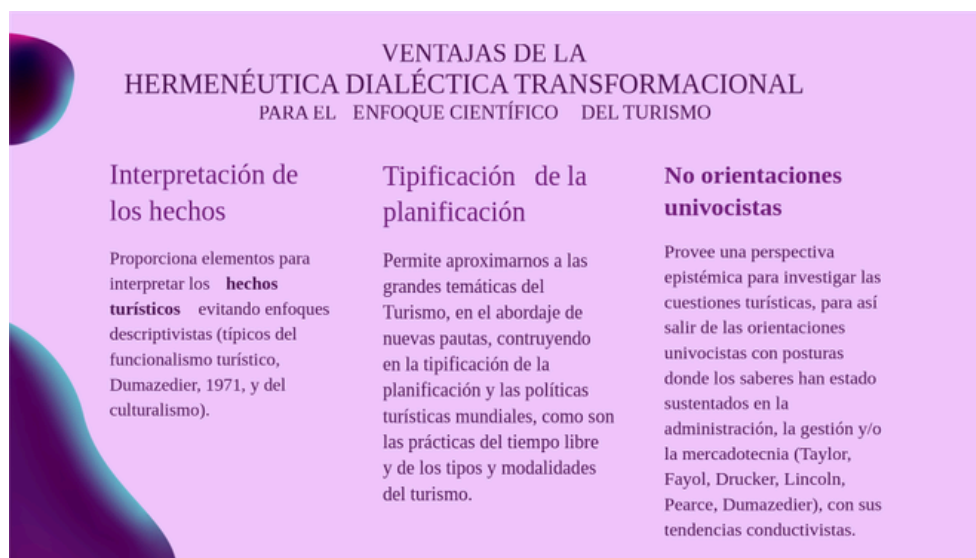


Figura 1: Ventajas de la Hermenéutica. Fuente: Elaboración propia

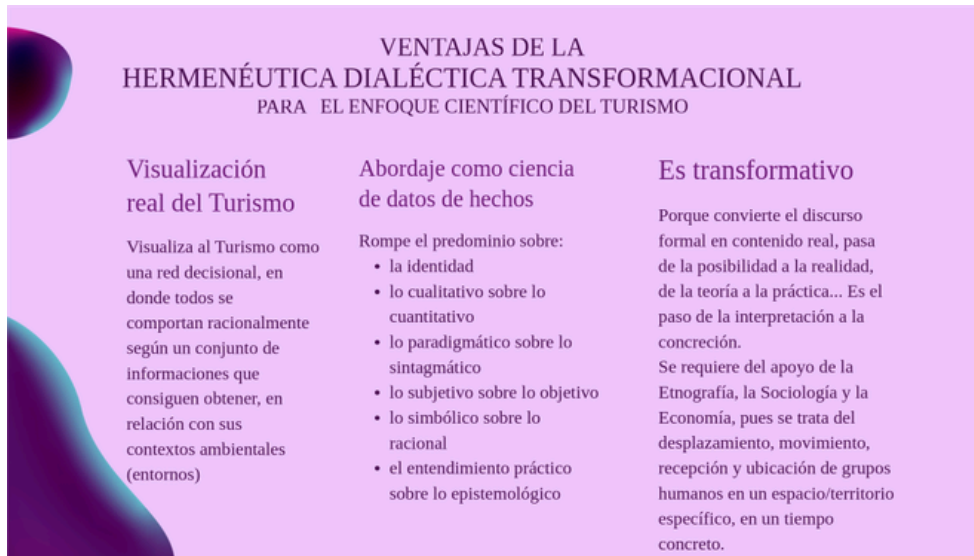


Figura 2: Ventajas de la Hermenéutica. Fuente: Elaboración propia

No obstante, históricamente el pensamiento turístico se ha venido desarrollando gracias a la existencia de varios enfoques hermenéuticos, por teóricos como Patterson, Watson, Williams, Roggenbuck, Arcodia, Kellee, Almeida, James Clifford, Clifford Geetz, Otero, quienes han hecho invaluable aportes dando fuerza pertinente a sus fuentes teóricas y metodológicas, convirtiendo a la turismología (también llamada ociología) de doxa en epísteme, es decir, pasa de una creencia común o mera opinión -doxa- a un conocimiento justificado como verdad (terminología platoniana), para acceder al status de ciencia. La interdisciplinariedad en el estudio del turismo se visibiliza por los aportes que han realizado disciplinas científicas como la biología, la química, la psicología, la sociología, la economía, la arquitectura, la ingeniería, la matemática, la estadística y muchas otras, sin desligarse del todo, pero no por ello dicha interdisciplinariedad impide que se genere, desarrolle e implemente una epísteme propia para el cabal estudio del turismo, en todas sus facetas. Sigue siendo como un diamante en bruto, donde el tallador define qué formas o facetas va a lapidar en esa hermosa piedra, pero el diamante sigue siendo el mismo, aunque se le sacó lo mejor de sus características, pareciendo otro. Suena irreal esto desde una perspectiva filosófica y epistemológica, el ocio y el tiempo libre.

No obstante, se debe partir de una organización de la realidad en el turismo, es por ello que creo que lo más cerca de esto es el sistema turístico, donde a través de la hermenéutica podemos estudiarlo como un todo y sin embargo en sus propios elementos. Asumir este enfoque hermenéutico nos permite el abordaje de la analogía, donde la interpretación privilegia la heurística (como la técnica de la indagación y del descubrimiento) y la argumentación, lo cuantitativo y lo cualitativo, la diacronía (estudio histórico y evolutivo) y la sincronía (estudio horizontal o descriptivo, no temporal), la explicación y la comprensión, la forma y el contenido, la razón y la emoción, lo concreto y lo abstracto, la condensación y el desplazamiento. Y también requiere precisar el estudio a través de la dialéctica, pues esta per-

mite el estudio de las contradicciones en la esencia misma de los objetos, pues estudia la diversidad de conflictos, desde su origen, evolución y teleologicidad (estudio de la explicación del universo en función de sus propósitos o fines) en la naturaleza, la sociedad y el pensamiento (enfoque hegeliano). El tiempo libre o el ocio o el turismo deben ubicarse en una dimensión de movimiento, desarrollo y evolución de la realidad, basadas en opuestos e interpretaciones del saber histórico centrado en lo diacrónico (Marcuse, 1968). Se deben superar los ámbitos cuantitativos per se (que son propios del funcionalismo, del positivismo, del conductismo y del cognitivismos que han dado forma al pensamiento turístico). Increíblemente, coincido con Marx, el estudio del turismo debe pasar de la teoría a la práctica, de la abstracción a la concreción, de la pasividad a la actividad praxica y transformadora, interviniendo con el mundo cerrado de la conciencia al mundo abierto de la naturaleza y de la historia de la realidad misma.

El análisis dialéctico del turismo enfatiza y prioriza lo holístico en su interpretación de la recopilación de datos, porque establece que lo político, lo económico, lo ideológico y lo social es relevante a la hora de estudiar los hechos. De allí que, “la totalidad dialéctica y analógica implica una competencia semántica, sintáctica y pragmática para establecer una relación entre la parte y el todo, lo particular y lo general, la necesidad y la casualidad, la determinación y la indeterminación” (Conde, 2009, p. 418).

Conde (2009), coincide con el filósofo checo Kosik (1967), quien nos dice que:

“lo importante es un estudio filosófico que sitúe al hombre en el centro de su problemática, la cual se da en la medida en que entiende la totalidad y se aleja de interpretaciones reduccionistas y subjetivistas. Eso es el ingreso a la dialéctica, en tanto método crítico de transformación de la realidad. En el caso del turismo esto conlleva a ubicar al ser humano a un alto nivel óntico, antropológico y deóntico, elementos poco observables en nuestra disciplina”.

Y en cuanto a la transformacionalidad de la hermenéutica representa el ejercicio, la praxis NO opuesta a la teoría, sino como la determinación insistente del ser humano para transformar de manera crítica la realidad objetiva, donde se aborda la existencia humana concreta en la totalidad del mundo, donde los saberes ociológicos son antropológicos, pues contemplan una teoría del ser humano, donde la transformacionalidad se dirige hacia la destrucción de la falsa realidad. Es la arqueologización, con estructura, función, creación y teleologización vinculante indisoluble que se da entre hechos y su totalidad, con enfoque crítico.

Ahora bien, en cuanto a la epistemología de la gastronomía, la cual considero un área del turismo, debe ser auténtica. Sin embargo, comparándola con la del turismo hay menos teóricos que le han investigado, razón por la cual me baso en dos (2) teóricos que sí han dado sus excelentes aportes, como son el Dr. Rafael Cartay, venezolano, y el Dr. Antonio Monteci-

nos Torres, mexicano, ambos con amplia trayectoria en el aspecto culinario y en el enfoque del turismo gastronómico. A continuación, resalto una imagen de la definición de Gastronomía.



LA GASTRONOMÍA: Cocinas de Francia, Mediterránea, Japonesa y Mexicana son PATRIMONIO INMATERIAL DE LA HUMANIDAD

1. Definición, según el Dr. Montecinos Torres (2012)

“Es el conocimiento razonado del arte de producir, crear, transformar, preservar y salvaguardar la actividad, el consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible, el patrimonio gastronómico mundial cultural, natural, inmaterial, mixto y todo lo que respecta al sistema alimentario de la humanidad”.

Figura 3: Definición del término Gastronomía.

Fuente: Elaboración propia para la ponencia en el Congreso “Turismo y Gastronomía”, julio 2024.

Hay posiciones encontradas respecto a la epistemología de la gastronomía, sin embargo, voy a reflexionar y hacer una sinergia desde el punto de vista de la hermenéutica dialéctica transformacional, para así permitirle un corpus más robusto a la disciplina de la gastronomía. Desde el enfoque del Dr. Cartay (2019), podemos observar que se resume en diez (10) aproximaciones para entender el pensamiento epistemológico de la gastronomía. El alega que el término gastronomía está entre la doxa y la epísteme, considerándola como la expresión fenoménica de la alimentación, la heredera de otras epistemologías asociadas en su evolución, como son la nutrición, la alimentación, la psicología, la química, la física, la dietética, la culinaria, las ciencias sociales. Su enfoque es el de la multiciencia, lo cual nos lleva a entender que para el Dr. Cartay, la gastronomía no tiene una epísteme propia. Nos refiere que el término gastronomía se deriva de las palabras gaster (del griego, vientre, estómago) y nomos (del griego, gobernar, distribuir, arreglar, equivalente a ley o tratado), distinguiéndole como la ley o la administración del estómago.

No obstante, el Dr. Montecinos (2012), define a la gastronomía como se observa en la figura 2, relacionándola con el enfoque del turismo, conectando con que el primer registro del término se produjo cuando Arquestrato de Gela lo empleó en el poema Gastronomía o Hedypatheia, en el siglo IV a.C., la cual se incluyó en la obra Deinosofistas o Deipnosophistai, de Ateneo de Naucrates, conocida como “El banquete de los sabios” en el

siglo II d.C., unos 600 años después. El término estuvo en desuso y se retomó con fuerza con el abogado francés Brillat-Savarin, en su grandiosa obra *Fisiología del gusto o meditación de gastronomía trascendental*, en 1826. Este autor le daba consideración de arte, más sin embargo también la consideró una disciplina científica, pues estaba involucrado el gusto como la valoración organoléptica de los alimentos, reflexionando sobre el apetito, el valor nutricional de los alimentos, y en lo referente a la antropología de los sentidos (relación entre nutrición, fisiología, química, sociología), según Flores-Martos, 2009. El turismo gastronómico, entonces, da cuenta de que la gastronomía le da impulso al desplazamiento motivado por el placer, la motivación de conocer tradiciones diferentes, sabores, texturas, métodos culinarios, otras culturas, festividades, etiqueta, elementos de identidad sociocultural. Se unen la ciencia del gusto con la ciencia del turismo, y desde un enfoque hermenéutico, analizo que el enfoque analógico en la gastronomía permite la explicación y la comprensión en función del logro de alcanzar un modelo interpretante que sea explicativo y comprensivo, adoptando la dialogicidad del intercambio de puntos de vista constantes, ya que se inclina hacia la conversación y modificabilidad creativa, y que nos lleva a lo heurístico, trasladándonos al hallazgo y a la revelación. Los procesos que conllevan el llamado turismo gastronómico entran perfectamente en este enfoque, pues la tendencia es a lo creativo, innovador e inventivo, para nada complejo sino muy ordenado, sin perder detalles, icónico, identitario del quehacer cultural pero que a la vez se basa en las diferencias propias de cada situación.

III. Conclusiones

A manera de conclusión, reitero que, tanto el turismo como la gastronomía deben tener y desarrollar su propia epistemología para su cabal estudio, en función de que ambas disciplinas ganen peso conceptual y así salvaguardar los destinos y sus comunidades.

Mi propuesta se enfoca en el uso adecuado de la hermenéutica dialéctica transformacional como la epistemología acertada de cada aspecto que tiene que ver con el turismo, la gastronomía, y la fusión entre ambos, el turismo gastronómico, por las razones descritas y explicadas en la sección anterior, ahondando en cada uno de los elementos que conllevan a este pensamiento hermenéutico evitando todo aquello que esté hacia el lado del univocismo y al equivocismo, que no permita la científicidad del método y de su respectiva interpretación.

IV. Referencias bibliográficas.

CARTAY, RAFAEL. 2019. Aproximación epistemológica a la Gastronomía. *Revista AGROALIMENTARIA*, Vol. 25, N° 49, julio-diciembre 2019. (pp. 21-44).

CONDE GAXIOLA, Napoleón (2009). Algunas consideraciones dialécticas y hermeneutizantes sobre la epistemología y la importancia de la tradición en el pensamiento

turístico. Revista Turismo em Análise, Vol. 20, N° 3, diciembre 2009 (pp. 409-426).

HIERNAUX N., Daniel. Turismo, sociedad y territorio: Una lectura crítica. (2015), refiriendo a Conde G., Napoleón: Notas sobre el sistema turístico y la hermenéutica del viaje y la hospitalidad. Universidad Autónoma de Querétaro. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Editorial Universitaria, Colección Academia, Serie Nodos. (pp. 39-65).

MONTECINOS TORRES, Antonio (2012). Planificación del turismo gastronómico sostenible: servicios, rutas, productos y destino. México, D.F. CEGAHO.

Los emprendimientos en dulcería criolla de los estudiantes de la Universidad Nacional del Turismo extensión Los Roques como propuesta de proyecto socio productivo para la diversificación del Turismo Cultural y Gastronómico.

Esp. Adriana Blanco Mejías, Licdo. Francisco Urbina Sánchez y Br. Wendy Narváez

Resumen

Como parte de las políticas del Gobierno Bolivariano de Venezuela a través del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria y del Ministerio del Poder Popular para el Turismo se crea la Universidad Nacional del Turismo (UNATUR) contando con la sede Barcelona y el Núcleo Hotel Escuela de los Andes Venezolanos, este último diseñó el Diplomado en Gestión de Empresas de la Hospitalidad, que conjuntamente con gestiones de la Jefatura de Gobierno del Territorio Insular Francisco de Miranda hicieron posible la creación de la UNATUR Extensión Los Roques, siendo la primera casa de estudios universitarios presente en el Archipiélago del Caribe Venezolano desde cuyo Programa Nacional de Formación en Turismo se llevan a cabo Proyectos Socio Productivos en las áreas de Gastronomía.

Palabras Clave

Turismo, Gastronomía, Proyectos Socioproductivos.

Introducción:

Nuestra dulcería criolla es el resultado de nuestra diversidad cultural, donde confluyen las tradiciones, sabores, aromas, sazones, condimentos, y especias indígenas, africanas y europeas. En un principio los dulces criollos se elaboraban básicamente con papelón, harina de maíz y frutas como el plátano, el cambur, el coco, la guayaba, posteriormente, se fueron incorporando nuevos sabores, ingredientes y recetas de otras culturas que han enriquecido nuestra dulcería. Buñuelos de yuca, polvorosas, huevos chimbos, almidoncitos, mazamorra melcocha, cabello de ángel, ruscano o aliado y golfeados, son algunos dulces criollos más reconocidos por los venezolanos.

El emprendimiento es el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o una emergente, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso. Los negocios de dulces criollos han ganado popularidad en los últimos años y en la actualidad muchas personas han emprendido con la venta de dulces, pasteles, galletas y postres desde casa; lo que los ha convertido en dulcerías minoristas regulares que operan con baja producción y buenos ingresos.

Parque Nacional Archipiélago Los Roques:

El Archipiélago de Los Roques] agrupa un conjunto de islas y cayos en las Antillas Menores pertenecientes a Venezuela que poseen una superficie estimada en 40,61 km² y que están ubicados entre el archipiélago Las Aves (al oeste) y la isla de La Orchila (al este) a 176 km al norte de la ciudad de Caracas y que representa uno de los principales atractivos turísticos del país, forma parte del Territorio Insular Francisco de Miranda, es parque nacional y según estimaciones en el año 2014 contaba con 3100 habitantes fijos (siendo la dependencia federal más poblada). Tiene una superficie aproximada de 221.120 hectáreas entre espacios marítimos y terrestres, y es considerado el segundo parque marino más grande de América Latina (Parque nacional Archipiélago de Los Roques). Además el archipiélago posee el arrecife coralino más grande del Caribe.

Se cree que el archipiélago aparece en la cartografía de los colonizadores españoles a partir de 1529, siendo reclamadas oficialmente por éstos a partir de 1589 como parte de la Provincia de Venezuela.

]En el siglo XVIII se establece en las islas la Sociedad Mercantil Real Compañía Guipuzcoana y se le dio nombre a las primeras islas del archipiélago (Gran Roque, Carenero, Cayo Sal, etc.) en esa época comenzaron a llegar pescadores temporales y en el siglo XIX se comienza con la explotación de las salinas y el guano.

En 1871 el presidente Antonio Guzmán Blanco integra las islas al llamado archipiélago Colón, división administrativa creada para agrupar parte de los territorios caribeños venezolanos.

Alrededor del año 1886 se tiene referencia de la llegada de habitantes que venían de las cercanas Antillas Neerlandesas, Aruba, Curazao, etc. Que dejaron como legado algunos de los nombres exóticos dados a algunas islas o cayos (por ejemplo Francisquí, Madrisquí, Krasquí, Selesquí). El sufijo "quí" corresponde al término inglés (y de otros idiomas) "key", que significa cayo.

Finalmente, en octubre de 2011 todas las islas del archipiélago Los Roques son integradas al Territorio Insular Miranda según decreto presidencial 8549 del 1 de noviembre de 2011, publicado en la gaceta oficial N° 39797, una subdivisión de las Dependencias Federales con capital en el Gran Roque.

La Gastronomía en Los Roques:

- Gastronomía: "Entiéndase por gastronomía el conocimiento razonado de cuanto al hombre se refiere en todo lo que respecta a la alimentación. Tiene por objeto velar por la conservación del hombre, empleando los mejores alimentos." (Brillat, S. 2010, p.58)
- Turismo Cultural: "Se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" (Sergio, 14 de mayo, 2015. Turismo cultural, México. Secretaría de turismo.)
- Turismo Gastronómico: "El surgimiento de un turismo que busca restaurantes y lugares públicos, donde se pueda comer bien, con el mismo entusiasmo con el que antes se buscaban iglesias románicas" (Alfredo Saramago, 2002:17)

En este sentido, si bien entre las motivaciones del viaje de los turistas a Los Roques se encuentran Turismo del Sol y Playa, Ecoturismo y Turismo Deportivo, la gastronomía juega un papel fundamental en todo momento de la visita; para lo cual es fundamental impulsar el desarrollo de proyectos orientados a posicionar las buenas prácticas en Turismo Cultural Gastronómico y en especial el desarrollo de proyectos socio productivos que integren la universidad con la comunidad.

Productos Elaborados por los estudiantes de la Universidad Nacional de Turismo como parte de sus proyectos socio productivos:

Ponche de Crema: Definición, breve historia y receta.

Bebida alcohólica típica de Venezuela hecha a base de azúcar, alcohol etílico y leche. Se consume especialmente en épocas navideñas. Por lo general, se sirve frío, en tazas pequeñas, ya sea como aperitivo o pousse-café.

No se ha podido determinar el origen de la receta de este producto comercial. Sin embargo, fue el químico y perfumista Eliodoro González Poleo quien lo introdujo al mercado, a través de su propia empresa “La Licorería Central”. Ponche crema causó sensación en la Feria Mundial de San Luis de 1904, la primera feria que reunió los inventos y novedades del siglo XX. De igual manera le fue entregado por los ingleses el premio “Grand Prix”, en Londres. El Ponche Crema tiene diversas versiones, algunas de ellas comerciales aunque no han tenido el éxito del producto original. En Mucuchíes, se prepara uno aromatizado con clara de huevo batida y ralladura de limón. Más contemporánea es una con auyama, sobre todo para quienes no pueden o quieren consumir huevos.

Varios años después del fallecimiento de Eliodoro González, en 1946 comienza la llamada era moderna de ponche crema cuando se establece una alianza estratégica con H.L Bulton y Francisco Monteverde, fusionando la compañía a “Complejo Licorero del Centro 2020”.

Receta:

Ingredientes:

- 1 Lata de leche condensada (389g).
- 1 1/2 Taza de leche líquida.
- 1 Trozo de piel de limón.
- 4-5 Clavos de olor.
- 1 Ramita de canela.
- 3 Yemas de huevo.
- 1 Cucharadita de maicena.
- 1 Taza de ron.
- Ralladura de nuez moscada.

Preparación:

1. En una olla colocar la leche condensada, leche líquida, la piel de limón, clavos de olor y canela, revuelva y caliente sin dejarla hervir.
2. En un pequeño tazón colocar las yemas y agregar la cucharadita de maicena y mezclar bien.
3. Cuando la leche esté caliente, agregar una taza de esta mezcla a las yemas con la maicena y mezclar rápidamente, este proceso se conoce como temperar las yemas. Agregar esa mezcla de huevos y leche al resto de la leche y seguir cocinando a fuego medio y revolviendo constantemente hasta que la mezcla espese.
4. Bajar del fuego y dejar enfriar por unos minutos. Colar la preparación para descartar todas las especias.
5. Agregar el ron y revolver; ir probando la cantidad de licor que desee, agregar la nuez moscada recién rallada al gusto.
6. Dejar enfriar y envasar en botellas de vidrio. ¡Servir frío y disfrutar!

Dulces y mermeladas criollas: Definición, breve historia y receta.

Cuando hablamos de dulcería venezolana nos referimos a una lista extensa de postres, tortas, golosinas y demás dulces, que con el pasar del tiempo se han hecho parte de nuestras tradiciones y nuestras costumbres culinarias. Originalmente se contaba con una gama de productos elaborados a base de papelón, harina de maíz y frutas como el coco, el cambur y la guayaba. Su procedencia es de origen indígena y son parte de nuestro menú desde tiempos inmemoriales, ejemplo de estos son: el majarete, los gofios de tequiche, las melcochas, los coquitos y el pan de horno.

Todos estos postres llegan, nacen y se perfeccionan en tiempos de la colonia y son parte importante de nuestra tradición culinaria. De igual forma destacan entre los postres más reconocidos de la cocina venezolana, los preparados en almíbar, compuestos de frutas y azúcar, aromatizados con ramas de canela o clavitos de olor en algunas ocasiones, entre estos dulces destaca el dulce de lechosa.

Dulce de Lechosa: El dulce de lechosa es un dulce tradicional del país. Es una conserva de lechosa o papaya que se elabora tradicionalmente en navidad y semana santa. Es originario de San Rafael del Piñal.

Receta:

Ingredientes:

- 2 kilos de lechosa verde.
- 1 Kilo de azúcar blanca.
- ½ Kilo de papelón.
- 6 Ramitas de canela.
- 4 Cucharaditas de canela.
- 4 Litros de agua.
- 2 Hojitas de limón.
- 1 Cucharadita de vainilla.
- Clavitos de olor al gusto.
- Una pizca de sal.

Preparación:

1. Se procede a limpiar la lechosa, hacer las incisiones, para el siguiente día este seca.
2. Una vez que se realiza el lavado de la fruta, se procede a pelar, y limpiar de semillas, cortar a la mitad.
3. Ahora se cortan y saca tajadas gruesas de aproximadamente 2,5cm de ancho a lo largo de la fruta. Estas se lavan y se remojan en los cuatro litros de agua, indicados en los ingredientes y se le coloca el bicarbonato. Estarán allí por 30 minutos. Al terminar se escurren y enjuagan, para ir al fuego.

4. Colocar en la olla sin agua las tajadas y rociar el azúcar blanco, moreno y papelón, equitativamente, otra capa de tajadas y otra de azúcar hasta completar la olla. Tapada a fuego bajo por 45 minutos. Pasado el tiempo, se agregan los trozos de canela, las hojas de limón y naranja, los clavitos dulces y tapamos por 30 minutos, verificas el color y dejas destapada por 30 minutos más. Hasta que estén doradas.
5. Dejar enfriar y envasar.

Nota: debe quedar firme por fuera y suave por dentro.

Otra de las recetas más insignes de la cocina venezolana son las conservas de coco estas adornan las cabezas de muchas mujeres con su piel tostada por el sol que anuncian incansablemente las dulzuras morenas en las playas, calles y carreteras.

Se dice que la receta data de la Caracas de antaño, cuando estas mujeres de raza africana la preparaban, como postre para, repartirse entre los pequeños de su comunidad, y que ellos se entretuvieran y las dejaran cumplir con sus sabores en las casas de los señores feudales donde eran esclavas.

Receta:

Ingredientes:

- 1 Litro de agua.
- 4 Cocos.
- 2 Kilos de azúcar.
- Ralladura de limón (opcional)

Preparación:

1. Primero pelamos los cocos y los rallamos.
2. Una vez rallados los cocos los colocamos en una olla con el azúcar y el toque de ralladura de limón.
3. Los ponemos a fuego medio y revolvemos constantemente con una paleta.
4. Cuando ya se esté reduciendo el agua la retiramos del fuego y la extendemos en un papel con la ayuda de una paleta o cuchara.
5. Una vez frío procedemos a cortar y disfrutar.

Análisis y Discusión:

El emprendimiento es un concepto que ha venido tomando fuerza en los últimos 20 años puesto que el mundo está cambiando su manera de pensar, es decir, las personas no quieren ser empleados, quieren tener sus propias ideas de negocio y convertirlas en empresas o simplemente vender estas ideas de negocio a empresas multinacionales.

Esta nueva forma de pensar ha hecho que las personas cada vez centren sus esfuerzos en el campo de la innovación y el emprendimiento para poder crear una idea de negocio exitosa, y en UNATUR nos enseñan a tener en cuenta que no solo es tener una buena idea de negocio, sino que lo más importante es trabajar día a día. Puesto que para tener éxito en el proceso de emprendimiento es cuestión de tiempo y trabajo para lograr una excelente empresa.

“La única parte donde el éxito aparece antes que el trabajo es en el diccionario” (Sasoon, 2017)

Referencias para profundizar:

- <https://haimaneltrouidi.com/la-dulceria-criolla-venezolana-i/>.
- <https://aprende.com/guia-para-negocios-de-postres/>.
- <https://cookpad.com/ve/amp/recipes/1635175-dulce-de-lechoza-de-feli>
- <https://www.bizcochosysancochos.com/2016/11/como-hacer-ponche-crema-venezolano.html?m=1>
- https://www.venezuelatuya.com/cocina/dulceria_criolla.htm
- <https://revistalatinanc.com/2020/10/24/24/langosta-al-ajillo-con-mantequilla-y-hierbas/>

Impacto socioeconómico y medioambiental del turismo en la Sierra Nevada de Los Andes Venezolanos. Eje Teleférico Mukumbarí

Polit. Maghella T. Mendoza Dugarte

Resumen

El impacto socioeconómico y medio ambiental en la Sierra nevada de Venezuela específicamente en el eje Teleférico ha producido un avance para el Desarrollo sostenible de la localidad. El Turismo tiene su fundamento en la economía y es por eso que el negocio turístico aprovecha las potencialidades existentes para su Desarrollo.

El teleférico Mukumbarí abrió sus puertas al público el 7 de octubre de 2016, es una infraestructura clave en la sierra nevada de los Andes Venezolanos específicamente en el Estado Mérida, que contribuye a la conectividad y al turismo en la región, la Sierra Nevada es uno de los destinos turísticos más importantes del país, atraído por su biodiversidad, paisajes espectaculares y un patrimonio cultural único. El teleférico Mukumbarí no solo ha transformado el acceso a los picos montañosos, sino que también ha generado un debate sobre sus efectos en la comunidad y el medio ambiente. Este artículo analiza el impacto socioeconómico y medioambiental de este sistema en la comunidad local y el ecosistema de las montañas andinas visto desde la perspectiva del estado del arte en el turismo..

Palabras Clave

Turismo, actividad económica, desarrollo sostenible, medio ambiente

Potencial turístico

La Sierra Nevada de los Andes Venezolanos es considerado uno de los recursos naturales con más potencial turístico en Venezuela ya que por sí mismo es capaz de atraer visitantes nacionales e internacionales que hacen posible la actividad turística en este lugar.

Debido a esta maravilla natural aquí presente como lo es la sierra Nevada se ha podido determinar la capacidad de este territorio para Desarrollarse en el ámbito turístico adaptando la vocación turística en cuanto a oferta de productos y servicios turísticos para satisfacer las necesidades de los turistas.

Desarrollo tecnológico local

El eje Teleférico proporciona una gran experiencia al visitante, la remodelación de su infraestructura actualizada en tecnología e innovaciones ha producido un impacto de preferencia al visitante satisfaciendo las necesidades de los turistas lo que contribuye a que se produzca un aumento del turismo de experiencia y la personalización de los servicios locales como hoteles, restaurantes y guías turísticos, beneficiando a la comunidad local.

Impacto Socioeconómico

La construcción y operación del teleférico ha creado nuevos empleos directos e indirectos, facilitando la ocupación de habitantes locales en diversas áreas como la gestión y mantenimiento de la infraestructura, así como en el sector de servicios. Sin embargo, el impacto económico no ha sido uniforme, las comunidades locales enfrentan desafíos como el aumento del costo de vida donde los beneficios del turismo no siempre se distribuyen equitativamente.

Impacto medioambiental

La construcción del teleférico ha cambiado el uso de la tierra en la sierra nevada afectando el hábitat natural y la biodiversidad. Se ha observado una disminución en la población de ciertas especies endémicas, así como riesgos de erosión y deslizamientos de tierra. El incremento de turistas ha traído consigo problemas de residuos y contaminación, la basura generada por los visitantes especialmente los montañistas han comenzado a afectar la calidad del entorno natural. (Inparques 2024).

La sierra Nevada es particularmente susceptible a los cambios climáticos, y el turismo puede exacerbar estos problemas como el deshielo de glaciares y la modificación de lluvias ,las alteraciones en el microclima local debido a la actividad humana afectan tanto a la fauna como a la flora de la región, sin embargo, en el periodo de pandemia(COVID-19) donde disminuyo la presencia de visitantes a la sierra nevada se pudo evidenciar la aparición de especies consideradas en extinción que llevo a la necesidad de transformación adaptada a

nuevas normas y comportamiento en el sector turístico en este lugar.

Desarrollo del turismo sostenible

Es muy importante promover un enfoque de turismo sostenible que minimice el impacto negativo y maximice el bienestar social y económico implementando una educación ambiental a través de programas de educación que fomenten la conservación del medio ambiente aplicando formas de turismo que respeten la naturaleza apostando a la conservación y respeto a los recursos naturales.

Participación ciudadana

Involucrar a las comunidades locales para asegurar que obtengan beneficios significativos, resguardar el patrimonio cultural existente en la Sierra Nevada y se hagan respetar sus derechos y tradiciones.

Cuenta satélite

En esta investigación se logró hacer un cuadro de medición en esta zona de la Sierra Nevada de los andes venezolanos, tomando como ejemplo los indicadores de medición estadística realizados en México para verificar el tipo de turismo con mayor relevancia en la zona ya que en la actualidad en Venezuela no hay una cuenta satélite basada en fuentes fiables donde se pueda medir la actividad turística. El siguiente cuadro se realizó con entrevistas al personal de atención al público en el eje teleférico Mukumbari.

**CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO
SIERRA NEVADA DE LOS ANDES VENEZOLANOS
EJE TELEFÉRICO MUKUMBARÍ (2024)
TIPOS DE TURISMO**

CUADRO 1

Afluencias de visitantes en el eje teleférico Mukumbarí de la sierra Nevada

CONCEPTO	2024	ESTRUCTURA PORCENTUAL
Total	16.350	100%
Excursionista	16.310	99,76%
Montañismo	23	0.14%
Escalada	17	0.10%

Figura 1. Cuenta satélite del turismo Teleférico Mukumbari. Fuente propia de autor (2024)

Se puede observar que la Sierra Nevada es un gran atractivo turístico que deja gran dividendo socioeconómico, sin embargo, las estadísticas señaladas no tienen un 100% de fiabilidad ya que no se lleva por los entes gubernamentales un registro exacto y concordante entre ellos de la cantidad de visitantes, excursionistas y montañistas en la zona.

Conclusión

El teleférico Mukumbarí ha sido una punta de lanza para el Desarrollo socioeconómico en la sierra nevada de los andes venezolanos ofreciendo oportunidades económicas significativas, sin embargo, el crecimiento no controlado del turismo y su impacto medio ambiental presentan desafíos que deben ser gestionados cuidadosamente. El impacto socioeconómico y medio ambiental del turismo es un tema complejo que requiere una atención cuidadosa que plantea desafíos críticos que deben ser abordados a través de prácticas de sostenibilidad y participación comunitaria.

Para garantizar un desarrollo sostenible, es crucial implementar políticas que equilibren los beneficios económicos con la preservación del medio ambiente y el bienestar de las comunidades locales de aquí que se hace necesario fomentar el impacto Socioeconómico y medioambiental del turismo en la Sierra Nevada de los Andes Venezolanos eje Teleférico Mukumbarí.

Repensando el patrimonio cultural local desde las perspectivas del turismo sustentable: algunas pistas en la Caracas biopatrimonial.

Dr. Maury Abraham Márquez G.,
Dr. José Medina Bastidas.

Resumen

En la presente disertación se intenta repensar el turismo en tiempos de post-pandemia desde las utopías y verdades de la Comuna, además de examinar desde la evocación, reafirmación y pertinencia de los elementos ideáticos del Patrimonio Cultural y Natural, la existencia de este capital cultural en el entorno desde el mundo interior de los territorios y sus localidades, a los fines de reconocer con los actores sociales significativos que hacen de la cuestión cultural un modo de vida, reconociéndose como mediadores para el desarrollo endógeno de un Turismo con Identidad. Esta perspectiva pasa por debatir la pertinencia de la Economía Cultural y Patrimonio Cultural de las localidades y comunidades como estrategias para el desarrollo comunal, en pertinencia con las orientaciones de salvaguarda, interculturalidad, en uso sustentable y participativo. Estos procesos hacen necesario repensar las potencialidades (percepciones, habilidades), impactos (económico, social) y pertinencias (Educación, Comunicación) del turismo como estrategia para el desarrollo de las industrias, emprendimientos, operadores en una economía cultural con contenidos simbólicos que se comercializan en diversos mercados como bienes y servicios cultural es para asegurar la sostenibilidad sociocultural. Es necesario desplegar reflexiones sobre el Patrimonio Cultural en riesgo y las maniobras comunitarias desde el uso del turismo para la salvaguarda, protección y la incorporación de mediciones en estadísticas -Cuenta Satélite de Cultura-para con ello permitir construir conocimientos desde la gestión. Se pretende responder a nodos tales como: Repensar la pertinencia del Patrimonio Cultural de las localidades y comunidades a manera de estrategia para el desarrollo del Turismo, con ello pretendemos: 1. Presentar las potencialidades, impactos y pertinencia del turismo como estrategia para el desarrollo de las industrias y la economía cultural. 2. Orientar sobre las pertinencias del turismo con Identidad como modalidad de desarrollo cultural y sus impactos. 3. Proyectar las oportunidades del turismo cultural y las modalidades de emprendimiento en la comuna. 4. Propiciar y abordar reflexiones sobre el Patrimonio Cultural en Riesgo y las acciones comunitarias para su salvaguarda y puesta en uso en la economía cultural y el turismo.

Palabras Clave

Turismo, Biopatrimonio, Sustentabilidad, Desarrollo Local, Economía Cultural.

Introducción

El Turismo en tiempos de post-pandemia, requiere una interpelación a la relocalización de los espacios desde donde se desarrollan los Mundos de Vida, los paisajes y contenidos que sirven para el consumo de la cuestión turística como actividad económica.

La producción de bienes y servicios conexos relacionados con el fenómeno social, cultural y económico que tradicionalmente supone el desplazamiento de personas fuera de su contexto o espacio de vida rutinaria por motivos personales, recreativos, profesionales o de negocios, entro en un proceso de redefiniciones a partir de lo que los especialistas en futurología llama el post-futuro y en el proceso post-pandemia, entendiendo que es un transcurso que lleva etapas, y en cual nos encontramos tal vez en sus inicios, o continuidades atemporales. Aceptar que hubo un quiebre, que se ha dado una ruptura en la perspectiva “tradicional del Turismo” es inapelable, esa interrupción nos exige en el panorama mundial desafíos, desde la creatividad y la innovación.

Preguntas como estas son inminentes ¿Qué entró en crisis en el turismo con la pandemia?. En esa encrucijada se encontrará el turismo masivo, la concentración en la promoción al disfrute, el consumo y el reconocimiento turístico de sitios icónicos y focalizados está siendo desplazado. Esto es factible con preguntarle a un prestador de servicios turísticos o a un actor social del turismo, como se puede Identificar: ¿qué cambió en su emprendimiento, empresa o en sí mismo como prestador del servicio turístico?, en las actividades para la satisfacción de necesidades básicas y como se generan valores intrínsecos posibles de cuantificar y medir.

Tenemos un problema de razo proceso de comprensión, tal vez nos encontraremos como respuestas que cambiaron muchos aspectos, molduras y sensibilidades. Entre estas es posible una réplica muy importante: ¡Cambio el estilo de vida turística!, ¡la labor creativa! y las externalidades de la acción que motivan al turismo pasar por la necesidad de re-definirlo: para nosotros, desde lo que somos y lo que deseamos entregar en el intercambio simbólico del placer del consumo y reciprocidad cultural.

Entendiendo que el Turismo, como prioridad en la recuperación económica de país, se concibe que la normalidad que conocíamos ya no existe y no volverá, nos corresponde a todas y todos a la construcción de nuevas relaciones, nuevos procesos, formas y códigos. Esta perspectiva, pensamos, se tejen desde los principios de: Solidaridad, Desempeño Colaborativo, Conocimiento e Innovación, presentes en los espacios Locales.

Igualmente se debe prefigurar, visión prospectiva, las incidencias - tipos de consumos culturales y los gastos asociados- de la actividad turística en el desarrollo de los aspectos humanos y del patrimonio cultural en las poblaciones receptoras y emisoras del turismo. Todo ello es fundamental para los cambios en las políticas públicas que influyen en las locali-

dades y, por tanto, según la relación que se establecen, ya que generan los productos culturales adaptados a las nuevas situaciones en la creación de empleo e ingresos para las localidades. Pues bien, para comprender este entramado dentro del mundo del turismo, es vital los análisis estadísticos y financieros que deben orientarse hacia el conocimiento de los usuarios y prestadores de servicios, como integrantes de un medio específico.

Dicho de otra manera, debemos repensar un turismo conducido al compromiso social, para generar experiencias responsables de múltiple direccionalidad, viajeros, comunidades receptoras, prestadores de servicio turístico y el Estado para definir e implementar políticas para el sector. Enfocar el Turismo con Identidad, ética, responsabilidad, solidaridad, sustentable, biodegradable, sostenible y gestión de los espacios culturales es un reto de hoy.

1.- El turismo desde las utopías y verdades de la comuna y desde la evocación, reafirmación y pertinencia de los elementos ideáticos del patrimonio cultural y natural.

El Patrimonio Cultural (PC) revela un conjunto de expresiones de la creación humana con una apreciación histórica, es decir, se les relaciona con la herencia Cultural, a manera de un constructo de obras que son expresión de la larga historia de las sociedades y culturas.

El Patrimonio Cultural no se limita, solo a monumentos y colecciones, sino que este comprende a nuestro modo de ver, identidad, historia, tradiciones y expresiones vivas de la cultura de los pueblos y por otro lado con instituciones e industrias culturales.

Por ello consideramos que el campo del Patrimonio Cultural se ha re-conceptualizado en la medida que la cultura ha dejado de ser vista como espacio de intermediación de las elites ilustradas que detentan el poder y que ven en la cultura gustos fraguados a condición de refinamientos por encima de otros pueblos considerados “inferiores” o “atrasados”.

Sin embargo, este discurso no es estático y forma parte de un proceso de construcción social en movimiento permanente, dinámico y en transformación, que esta sujeto a la interrelación de una multiplicidad de variables, como: los desplazamientos e intercambios poblacionales, la interacción en los territorios, intereses políticos, económicos y sociales alrededor de estos contextos, la presencia de una diversidad de actores externos, la influencia cultural de otros países, hoy en día con un crecimiento acelerado por el fenómeno de la globalización y la virtualización.

Todos estos factores son determinantes, pero no únicos, en la construcción y en la dirección de los procesos de apropiación del patrimonio cultural esta mirada hegemónica del contexto global de los organismos internacionales en materia de PC, necesita ser interpelado a la luz de nuevos constructos teóricos emergentes de la realidad latinoamericana por ello proponemos la relectura de esta escenario del PC apropiándonos del concepto de Patrimonio biocultural (PBC).

Patrimonio biocultural se refiere a todos los elementos culturales y elementos de biodiversidad que conviven y se relacionan en un mismo espacio, interactuando entre sí a partir de la acción y concepción del ser humano, siendo una unidad indivisible, en donde su existencia y sostenibilidad depende de la relación entre los mismos.



Figura 1. Patrimonio biocultural. Tomado de: Lindholm y Ekbiom (2019)

El patrimonio biocultural es el conocimiento y prácticas ecológicas locales, la riqueza biológica asociada (ecosistemas, especies y diversidad genética), la formación de rasgos de paisaje y paisajes culturales, así como la herencia, memoria y prácticas vivas de los ambientes manejados o construidos. (Lindholm, K.J., and A. Ekbiom. 2019; Toledo y Ortiz Espejel, 2014; Eckart Boege.2008).

2. Economía cultural y patrimonio cultural de las localidades.

Creemos en un Turismo Sostenible de Base Comunitaria (TSBC) como una metódica de desarrollo sostenible y sustentable propiciado en las comunidades una modalidad para gestionar, emprender y generar ingresos y al mismo tiempo alcanzar objetivos comunes ante las adversidades económicas globales.

El TSBC es una forma de actividad económica, que generalmente atiende a diferentes tipos de turismo (segmentos) o nichos de mercado, como el turismo de aventura, cultural, rural y eco turístico, además de valorar y conservar de los paisajes socioambientales, las tradiciones locales y el estilo de vida de las comunidades, además de promover oportunidades de aprendizaje e interacciones equitativas y mutuamente beneficiosas entre los turistas y la población local.

Por lo tanto, el TSBC no es solo una relación comercial entre usuarios, prestadores de servicios y empresas transnacionales turísticas en un territorio o localidad. Es un mecanismo para el desarrollo local sostenible, a través de la actividad turística.

De esta forma, el TSBC tiene el potencial de fortalecer a las comunidades en condiciones de determinar y garantizar su futuro socioeconómico a través de actividades productivas sostenibles que involucran la provisión de servicios turísticos - alojamiento, gastronomía / cultura alimentaria, artesanías, recorridos, interpretación del patrimonio y transporte - y contribuir al desarrollo local, bienestar social y sostenibilidad.

Es un modelo de gestión turística liderado por las comunidades locales que promueve la generación de ingresos, el trabajo, la conservación del medio ambiente y la valoración de la cultura y el patrimonio local:

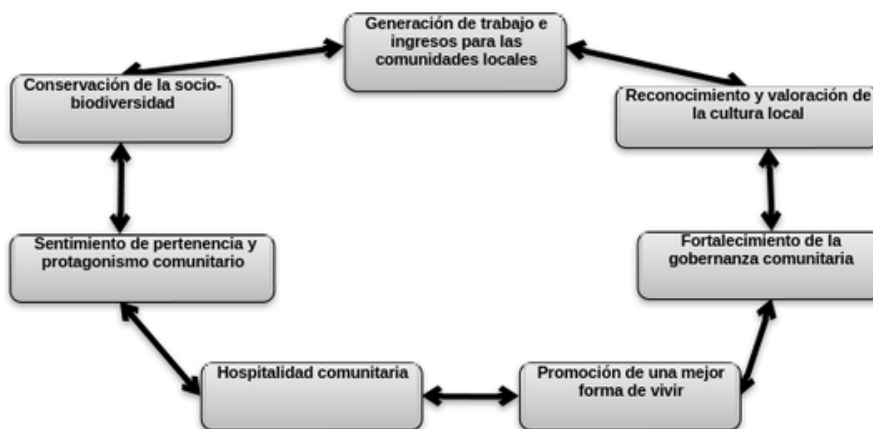


Figura 2. Modelo de Gestión Turística. Fuente elaboración propia

3. Potencialidades, impactos y pertinencias del turismo como estrategia para el desarrollo del turismo equitativo. ç

Las Naciones Unidas han señalado recientemente por intermedio del Secretario General Antonio Guterres (2023). La importancia de que, tras la pandemia, el sector turístico se reconstruya en alineación perfecta con el clima, manteniendo un respeto hacia los distintos ecosistemas y con equilibrio hacia la naturaleza en una perfecta armonía con la madre tierra como estrategia de sobrevivencia de la especie humana en momentos donde se hace sentir los efectos del cambio climático, el calentamiento global, propiciados por lo humano, en lo que los especialistas han dado por denominar el antropoceno.

En tal sentido, el sector turismo enfrenta una gran responsabilidad en lo económico, ético, social, educativo y cultural a los fines de tomar en cuenta a los distintos actores de dicho sec-

tor como son los prestadores de servicios, comunidades, entes gubernamentales y turistas como beneficiarios primordiales de las actividades que se generen en esta industria cultural.

Donde la comunidad, la historia local, la cultura popular, las tradiciones, la forma de interpretar el mundo desde lo natural, lo espiritual, la poesía popular, la música, la danza, conforman una suerte de puente de enlace entre los diversos mundos que el ser humano representa desde sus distintas miradas a lo que el Antropólogo colombiano Arturo Escobar (2014) ha denominado el sentipensar desde los Pluriversos y Multiversos en el contexto cultural interrelacionados entre las culturas locales y globales.

En este marco, es indispensable considerar la organización de espacios y ubicación de contextos que conlleven a la participación efectiva y protagónica de las comunidades locales en el levantamiento de sus potencialidades, la evaluación de sus espacios, a fin de lograr ver dentro de los mismos las distintas fortalezas para el desarrollo, avances en lo económico, cultural y social, a los fines de impulsar las relaciones de todas las comunidades como un tejido o enjambre sociocultural, tomando en cuenta sus diversidades y especificidades, como a su vez sus capacidades que faciliten la creación de vínculos que generen estrategias para engranar los territorios y conformar alianzas de aprendizaje, crecimiento, desarrollo social y potenciación de las actividades turísticas para la vida que afectarán en el estado biopsicosocial de cada individuo y por ende, generando una vida de calidad para todos, tanto prestadores de servicios, actores sociales significativos, Biopatrimoniales y receptores de servicios, estimulando la geometría del poder desde abajo hacia arriba.

La gestión local del turismo biopatrimonial, debe argumentarse desde una perspectiva la creación de empleo e ingresos para las localidades, los distintos tipos de consumos culturales y los gastos asociados con ellos, resultan fundamentales para la discusión, definición e implementación de emprendimientos y de políticas públicas.

4. Turismo cultural, modalidades de emprendimiento en la comuna: lo organizacional, lo evocativo identitario local.

Por consiguiente, incorpora la participación ciudadana en la definición, formulación, planificación, diseño y ejecución de la gestión pública y en el control y evaluación de las políticas de gestión pública a través de los consejos comunales como territorios que integran comunidades con tradiciones culturales específicas y compartidas, infraestructuras patrimoniales, paisajes y una heterogeneidad histórica cultural tangible e intangible de remota trayectoria.

Lo cual permite ver con perspectivas halagadoras el desarrollo económico productivo de cada uno de los Consejos Comunales, las Comunas y del Sistema Económico Comunal en cada Estado, Municipio, Micro-región, Zonas Económicas Especiales, en lo que el órgano rector ha denominado como turismo comunal en socialismo, es decir, *“el turismo con la participación*

de las comunas, de acuerdo con las políticas de inclusión y mejoramiento de formación que garantice una práctica sana y equilibrada de la actividad turística aportando a la construcción del Socialismo”.

Una perspectiva de implementación para lograr una relación del Patrimonio Cultural Local desde las perspectivas del Turismo Sustentable en la Caracas Biopatrimonial puede ser visualizada en la propuesta de investigación turística denominada: Amalivaca: turismo en tiempos de la virtualidad, desde la que pretende hacer un diseño de un turismo desde lo local caraqueño, a la medida de Venezuela.

El patrimonio cultural y su uso en el turismo para su puesta en una economía cultural sostenible y sustentable, para por definir en el contexto tres aspectos fundamentales en torno al uso-consumo-apropiación del PC, a saber; 1) el Patrimonio no incluye solo a las muestras de la cultura del pasado, sitios arqueológicos y arquitecturales como objetos en desuso, sino que debe incluir la cultura viva, conocimientos, artesanías, idiomas-sociolectos y tradiciones; 2) los usos sociales -apropiación- y colectivos de esos bienes Culturales del pasado y las políticas de gestión, conservación y administración de esos espacios del Patrimonio; y 3) a estos supuestos que el legado del pasado es expresión de una visión hegemónica, debe incluirse que el PC está constituido por las expresiones de las clases subalternas, productos Culturales de las clases populares, música, escritos y voces de los parroquianos, campesinos, afrodescendientes e indígenas, clases sociales subalternas; 4) desarrollar un proceso de educación popular desde un Diagnostico participativo de Potencialidades del Turismo Local partiendo de la evocación participativa comunitaria.

5. Algunas perspectivas para un plan turístico local sustentable.

Como se observa, los restantes aspectos mencionados son comunes a cualquier forma de turismo que busca ser sustentable. Para ello, un elemento reiterativamente mencionado en los diferentes espacios de la consulta, son los referentes a los elementos específicos orientados al respaldo económico y acompañamiento de la actividad turística, esas acciones están orientadas a:

- a) Producción local, mercados, ferias de productos locales.
- b) Viabilidad e infraestructura comunicacional.
- c) Espacios para la transferencia de experiencias y conocimientos asociados a la actividad turística.
- d) Participación con equidad de género.
- e) Educación de las niñas, niños y jóvenes para incorporarlos desde los espacios escolares a las actividades turísticas.
- f) Satisfacer el Derecho al placer, la diversidad y al buen vivir comunitario.
- g) Así mismo, en la mayoría de los casos son las mujeres las portadoras de los saberes lo que lleva generalmente a estimular una actividad económica que permita el empoderamiento de

la población femenina de la localidad.

El turismo como una actividad económica, novedosa en las parroquias, en el Municipio Libertador requiere una gestión primordial que consiste en establecer un memorándum de entendimiento entre las comunidades organizadas, la cámara de prestadores de servicios turísticos y la oficina de Turismo del Municipio con tres ejes que orienten la acción del desarrollo turístico local: 1) Implementar un Programa de Patrimonio Parroquial y Turismo Sostenible desde las comunidades; 2) Los Productos Turísticos locales deben tener un sello o marca de calidad sobre la base de elementos que identifiquen su peculiaridad evocativa, y 3) Sustentados en un ecosistema biopatrimonial que se resguarde en la figura evocativa del Waraira Repano.

Esos caminos que emergen desde el verde de la montaña, inspira un producto transversal, donde lo Biopatrimonial es un pivote para dinamizar de la economía local: El turismo culinario, por ejemplo, ofrece la oportunidad del desarrollo de las economías locales, al generar empleo y tener un efecto multiplicador con otros sectores. Y puede contribuir a la complementariedad de esfuerzos: El turismo culinario es participativo y colaborativo.

El trabajo colectivo, colaborativo y sustentador, es el que pondrá valor y aglutinará los esfuerzos de todos los sectores y actores en torno a un territorio. Esta cooperación tiene una potencia y vitalidad si se tiene en cuenta el tamaño de los pequeños productores locales, débiles en estructura pero fuertes en la experiencia y la esperanza, pero que tenemos que acompañar a preservar sus productos. El conjunto de acciones relacionadas con el posicionamiento desde los productores locales, tienen el propósito y los valores para consolidar una marca ciudad con un mensaje único y coherente, trabajado por todos los actores implicados y asociado a la Marca Ciudad.

Bibliografía

Arturo, Escobar (2014). Sentipensar con la tierra : Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia. Medellín, UNAULA.

Ciro, Caraballo Perichi (2008). El Patrimonio Cultural y los nuevos criterios de intervención. La participación de los actores sociales. En: Palapa. Vol. III. Núm. I. pp. 41-49. Enero-junio.

Clifford, Geertz (2003). La Interpretación de las Culturas. Editorial Gedisa. Barcelona, España.

Daniel Mato, Pablo Lapegna, Eugenio Sosa Iglesias, Vanina Inés Simone, Ana Celia Perera Pintado, Yosjuan Piña Narváez, Natalia Moraes Mena, Kelly Russo, Paola Castaño, Julio César Alvear, Alejandro Maldonado Fermín (2007). Cultura y Transformaciones sociales en tiempos de globalización Perspectivas latinoamericanas. Buenos Aires: CLACSO.

Eckart, Boege (2008) El Patrimonio biocultural de los pueblos indígenas. Hacia la conservación in situ de la biodiversidad y agrobiodiversidad en los territorios indígenas, México, INAH.

Guillermo, Bonfil Batalla (1989). La teoría del control Cultural en el estudio de procesos étnicos. En: Arinsana, 10, pp. 5-367.

Guillermo, Bonfil Batalla (1997a). Nuestro Patrimonio Cultural: un laberinto de significados. En: El Patrimonio Cultural de México. E. Florescano, coordinador. Tomo I. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Fondo de Cultura Económica. pp. 28-56.

Guillermo, Bonfil Batalla (2004). Patrimonio Cultural Inmaterial. Pensar nuestra cultura. Diálogos en la acción. Primera etapa: 117-134.

Héctor Freddy, Morales Morgado, (2006): Turismo comunitario: una nueva alternativa de desarrollo indígena, En: AIBR, 1, 2.

Jenny, González Muñoz (2017). Educación en sociedad: deterioro del Patrimonio Cultural. Minimización de la memoria histórica. Universidad Latinoamericana y del Caribe. Caracas.

Juan A., Aguirre (2007). Deseables y posibles: participación comunitaria, patrimonio histórico-cultural, calidad ambiental y desarrollo turístico sostenible. San Jerónimo de Moravia, Costa Rica. En: Pasos, 5

Decreto N° 1.442 de fecha 17 de noviembre de 2014, con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Fomento del Turismo Sustentable como Actividad Comunitaria y Social, publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.153 Extraordinario de fecha 18 de noviembre de 2014.

Lindholm, K.J., and A. Ekblom. (2019); A framework for exploring and managing biocultural heritage. In: Anthropocene, Vol. 25

Loudes, Arizpe (2006). Los debates internacionales en torno al Patrimonio Cultural inmaterial. En: Cuicuilco, vol. 13, núm. 38, septiembre-diciembre, 2006, pp. 13-27. Escuela Nacional de Antropología e Historia Distrito Federal, México.

Mario, Rufer (2018). La memoria como profanación y como pérdida: comunidad, patrimonio y museos en contextos poscoloniales. En: A Contracorriente, ol. 15, Num. 2 (Winter): 149-166

Mario, Rufer (2014). La exhibición del otro: tradición, memoria y colonialidad en museos de México. En: Antítesis, vol. 7, núm. 14, julio-diciembre, pp. 94-120. Universidade Estadual de Londrina
Londrina, Brasil.

Maury Abraham, Márquez (2018). Aspectos Fundamentales En La Valoración Del Patrimonio cultural. Curso De Ampliación De Conocimientos Para Evaluación De Bienes Patrimoniales Construidos Con Destino De Uso Turístico. Fundación Instituto De Estudios Avanzados-Idea. Programa En Ciencias De La Conservación Del Patrimonio De La Dirección De Sociopolítica Y Cultura. Escuela Superior Internacional – Esi. Proyecto De Investigación Redpatrimonio. Ve. Caracas.

Néstor, García Canclini (1987). ¿Quiénes usan el Patrimonio? Políticas Culturales y participación social. En: Antropología, julio-octubre, pp. 11-24. INAH, México.

OTCA. (2021). El Desarrollo de Turismo de Base Comunitaria Ambientalmente Sostenible/Sustentable en la Amazonía: una aproximación regional. GUÍA DE LA OTCA. En: <http://otca.org/wp-content/uploads/2021/02/El-Desarrollo-de-Turismo-de-Base-Comunitaria-Ambientalmente-Sostenible-Sustentable-en-la-Amazonia.pdf>

Samantha, Jones (2005): Community-based Ecotourism. The Significance of Social Capital. In: *Annals of Tourism Research*, 32, 2.

Victor Toledo y Ortiz Espejel (2014). México, Regiones que Caminan hacia la Sustentabilidad. Una geopolítica de las resistencias bioculturales. Universidad iberoamericana Puebla Biblioteca Interactiva Pedro Arrupe. México.

Zaida, García Valecillo (2009a). ¿Cómo acercar los bienes patrimoniales a los ciudadanos? Educación Patrimonial, un campo emergente en la gestión del Patrimonio Cultural. En: *Pasos. Revista de turismo y Patrimonio Cultural*.

Zaida, García Valecillo (2009b). Conexiones entre educación patrimonial y gestión del Patrimonio Cultural venezolano: tres casos de estudio. En: *Educere*.

Ensayos

Rompiendo barreras: estrategias para mejorar la accesibilidad turística para personas sordas en el estado Mérida.

Lic. María Fernanda Vera Molina

Resumen.

La accesibilidad turística para individuos con sordera, se enfoca en requerimientos particulares, vivencias e investigaciones contemporáneas. El propósito es reconocer los obstáculos comunicativos y físicos a los que se enfrentan los turistas sordos, con el fin de sugerir tácticas eficaces para su implementación en el sector turístico y así generar una experiencia de viaje más satisfactoria para ellos. Las investigaciones permitirán al sector turístico identificar la relevancia de la accesibilidad y promover medidas como infraestructura, intérpretes y técnicas de comunicación visual digital para hacer que el turismo accesible sea para todos. El propósito de la investigación es mejorar la calidad del servicio y asegurar experiencias de viaje inclusivas y únicas, generando nuevas ideas, sensibilización e innovación en los diferentes sitios turísticos del Estado Mérida. Logrando como resultado poder romper todas aquellas barreras que existen hoy en día para las personas sordas.

Palabras clave: Personas Sordas, Barreras, Accesibilidad, Buenas prácticas, sensibilizar.

Abstract.

Tourist accessibility for individuals with hearing impairments focuses on specific requirements, experiences, and contemporary research. The purpose is to recognize the communicative and physical obstacles faced by deaf tourists, in order to suggest effective tactics for their implementation in the tourism sector and thus create a more satisfying travel experience for them. The research will allow the tourism sector to identify the relevance of accessibility and promote measures such as infrastructure, interpreters, and digital visual communication techniques to make tourism accessible for everyone. The purpose of the research is to improve service quality and ensure inclusive and unique travel experiences, generating new ideas, awareness, and innovation in the different tourist sites of the State of Mérida. Achieving as a result the ability to break all those barriers that currently exist for deaf people.

Keywords: Deaf People, Barriers, Accessibility, Best Practices, Raise Awareness.

Introducción.

El turismo accesible está de moda. La posibilidad de que cualquier persona pueda viajar y disfrutar del turismo en igualdad de condiciones supone un amplio espacio de oportunidad para empresas y territorios. Si focalizamos a las personas sordas, suponemos un mercado a nivel global de 750 millones de potenciales turistas. En el marco del turismo accesible, es necesario referenciar qué se entiende por turismo accesible. El turismo accesible, también denominado turismo para todos, se refiere a aquel turismo que posibilita que cualquier persona, con independencia de su situación funcional (física, vocal, cognitiva, neurológica, sensitiva, etc.) pueda disfrutar del ocio o del contenido turístico de acuerdo a sus expectativas. Por otro lado, universal se refiere a temas que exigen los turistas en general, o turismo general, los cuales pueden o no ser específicos a la hora de ser creados con el objetivo de suplir una necesidad derivada de la situación funcional de los turistas.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2017), hay un 15% de la población mundial que convive diariamente con algún tipo de dificultad motriz, sensorial o mental. Esto es, aproximadamente, 1.000 millones de personas. A este universo debemos agregar todos aquellos que poseen una incapacidad temporal y aquellos que por su edad avanzada también tienen dificultades. Por otro lado, también tienen restricciones las mujeres embarazadas o las familias con niños pequeños. Este colectivo es un gran grupo que necesita tener entornos que le permitan su pleno desarrollo y algunas sociedades no están dispuestas o preparadas a entender y atender lo que demanda ese gran grupo de personas.

Las acciones para lograr este objetivo de romper las barreras deben ser la resultante de esfuerzos aunados entre el sector público y el privado. Los cuales deben generar una sinergia que permita un trabajo en conjunto para alcanzarlos. De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, es muy importante una mayor sensibilización y difusión en la sociedad de esta realidad. Es necesario movilizar a los prestadores de servicios turísticos a ser mejores en la tarea que realizan y de esta forma generar la igualdad para todos en el turismo.

Turismo Accesible según el sector turístico en Mérida.

Venezuela, conocida por su potencial turístico, ofrece una variedad de paisajes, flora, fauna y tradiciones culturales. Sin embargo, una parte significativa de la población, particularmente aquellos con discapacidades, busca disfrutar de este potencial. Para crear inclusión, se creó el turismo accesible, ofreciendo una experiencia segura, dinámica e innovadora. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), los destinos accesibles deben contar con instalaciones, infraestructura y transporte accesibles. Los gobiernos y las empresas de turismo ahora se están enfocando en proporcionar asistencia especializada a estos ciudadanos, organizando diversas actividades para promover la inclusión social y la igualdad de oportunidades para las personas con discapacidades o sordas.

Comunidad de Personas Sordas en Venezuela.

La comunidad de personas sordas en Venezuela es una organización agrupada de asociaciones de personas sordas de 18 estados del país, que busca visibilizar a la comunidad sorda y promover la formación y monitoreo de los derechos humanos. Esta comunidad se establece como algo sentimental donde se sienten seguras, en familia y compartir experiencias en cualquier ámbito. Según Oviedo A.(2004) nos dice que carecemos de censos en los cuales se hayan tomado en cuenta las especificidades culturales y lingüísticas de esa comunidad, y ya que las personas Sordas no conforman poblaciones relacionadas con ningún lugar geográfico (ellos viven en los mismos lugares que ocupan los venezolanos oyentes), se hace extremadamente complicado precisar su número. La Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras, así como la Ley para Personas con Discapacidad incorporan reglas obligatorias para simplificar la movilidad de los individuos discapacitados. Sin embargo, las personas sordas no prefieren ser denominadas con discapacidad auditiva, sino que ellas tienen la capacidad de escucha para procesar el habla y el lenguaje.

Barreras que enfrentan las personas sordas en el Turismo Accesible.

La intersección entre el arte y la investigación en accesibilidad para personas con sordera es un área intrigante y escasamente investigada. La habilidad del arte para transmitir sentimientos, vivencias y puntos de vista singulares lo hace un recurso inestimable para destacar los obstáculos que las personas sordas encuentran en el sector turístico. Así mismo una de las grandes características de las personas sordas es que estas son muy sentimentales, es por esto que las expresiones al momento de utilizar Lengua de Señas Venezolanas es importantes para comprender el mensaje que se quiere transmitir ya que aquí vemos involucrados el lenguaje universal como el arte que trasciende las barreras lingüísticas, permitiendo a las personas sordas expresar sus experiencias de una manera que todos puedan comprender, las emociones y los sentimientos donde se puede capturar las emociones complejas que surgen al enfrentarse a barreras de accesibilidad, como la frustración, la soledad o la alegría al encontrar un lugar accesible.

Ahora bien las barreras que enfrentan las personas sordas en el turismo accesible son la barrera de la comunicación ya que en estos lugares turísticos (alojamiento, restaurantes, museos, entre otros) hay falta de intérpretes de lengua de señas venezolana, información inaccesible debiendo ser la información escrita y audiovisual adaptada, como menús sin traducción a lengua de señas, carteles informativos sin texto adicional o audioguías sin subtítulos, al igual que la Dificultad para realizar reservas ya que la comunicación telefónica o en línea puede ser un obstáculo para realizar reservas debido a la falta de opciones de chat en vivo o correo electrónico.

Estrategias para romper las barreras de comunicación de las personas sordas.

Deben crearse mesas de trabajo para poder planificar así todas aquellas estrategias que sirvan para mejorar la calidad del servicio en el turismo accesible para las personas sordas, planificándose como primera parte las ideas de mejora y luego poder decidir qué tan efectivas y de qué forma puede innovar las infraestructuras turísticas adaptándolas a las siguientes estrategias: crear avisos luminosos para traducir la información que sea transmitida por audios, materiales audiovisuales con subtítulos dirigiendo esta estrategia a los lugares de alojamiento para que así las personas puedan acceder a ellos, personal capacitado para poder ser intérpretes de Lengua de Señas Venezolana (LSV), señalización utilizando letreros para informar a las personas sordas, actividades turísticas donde existan guías informativas visuales y en LSV donde las personas puedan disfrutar de la variedad de actividades que existen siendo inclusivos con los ya mencionados y por ultimo material impreso de acuerdo al caso presentado.

Según el Manel A. Dias (2022) habla sobre el factor principal es la empatía y el cambio de mentalidad para intentar conseguir entornos y soluciones pensados para todo tipo de personas.

Es fundamental implementar estas propuestas al sector turístico público y privado porque juntos trabajando podrán impulsar el turismo accesible en el estado Mérida y así poder ser pilotos en este tema y replicar en los demás estados de Venezuela donde todas estas personas y hasta más se sientan tomadas en cuenta en esta hermosa actividad como lo es el turismo accesible.

Bibliografía consultada

- Ana M. Merengo (2019). La cultura Sorda en Venezuela desde la mirada socio-antropológica. Revista de investigación en ciencias sociales de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Recuperado de: <https://revistas.uclave.org/index.php/dissertare/article/view/2468/1451>.
- Carlos M. Piccinoni (2023). Notas Sobre Accesibilidad Turística en Venezuela. Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/671122347/Accesibilidad-Turistica-en-Venezuela>
- Manel. A Dias (2022)¿Qué puede ofrecer un destino turístico a personas sordas? SEGITUR turismo e innovación. Recuperado de <https://www.segittur.es/author/malcaide/>
- Organización Mundial de la Salud (2024). Sordera y pérdida de la audición. Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/deafness-and-hearing-loss>.
- Organización Mundial de la Salud (2024). Accesibilidad para las personas con discapacidad o sordera. Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/deafness-and-hearing-loss>.
- Oviedo, A. (2004). La comunidad Sorda venezolana y su lengua de señas. Recuperado de: <https://cultura-sorda.org/la-comunidad-sorda-venezolana-y-la-lsv/>.

La Gastronomía Sostenible: un análisis de sus dimensiones, y desafíos en el contexto actual

Biog. Daniela Briceño Piñero.

Resumen.

La gastronomía sostenible representa un paradigma emergente en el sector alimentario que busca integrar consideraciones ambientales, sociales y económicas en la producción, distribución y consumo de alimentos. Esta práctica transdisciplinaria promueve sistemas alimentarios más justos, equitativos y resilientes, contribuyendo a la conservación de la biodiversidad, la mitigación del cambio climático y el desarrollo local. La dimensión ambiental de la gastronomía sostenible se centra en minimizar el impacto ambiental de la producción y consumo de alimentos, a través de prácticas agrícolas sostenibles, la reducción del desperdicio alimentario y la optimización del uso de recursos naturales. La dimensión social busca garantizar la equidad y la justicia en la cadena alimentaria, apoyando a pequeños productores, promoviendo el consumo local y asegurando condiciones laborales dignas para los trabajadores. La dimensión económica, por su parte, se enfoca en la viabilidad a largo plazo de los sistemas alimentarios, impulsando la innovación y la creación de valor. La interrelación entre estas tres dimensiones es fundamental, ya que una acción en una dimensión impacta directamente en las otras. Por ejemplo, las prácticas agrícolas sostenibles no solo benefician al medio ambiente, sino que también pueden mejorar la calidad de los alimentos y generar mayores ingresos para los productores. Los principales desafíos que enfrenta la gastronomía sostenible incluyen la falta de regulación clara, la escasez de información y educación, la complejidad de los sistemas alimentarios globalizados y la resistencia al cambio. Sin embargo, la gastronomía sostenible ofrece múltiples beneficios, como la mejora de la salud pública, la preservación de la cultura alimentaria y el desarrollo de economías locales.

Palabras clave:

Gastronomía sostenible, sostenibilidad, producción local, agricultura ecológica, residuos alimentarios.

Introducción

La cocina, más allá de ser un simple acto culinario, ha desempeñado un papel crucial en la evolución humana. Según Eduardo Punset (2011), el descubrimiento del fuego y la domesticación de este para cocinar los alimentos no solo modificó nuestra dieta, sino que también sentó las bases para la formación de las primeras sociedades. Comprender el origen primitivo de la cocina y más aun de la gastronomía, tiene como propósito de comprender la importancia que la gastronomía ha tenido en el desarrollo de los seres humanos como especie, y cómo la diversidad de culturas fue adoptando diferentes expresiones culturales de lo que es la gastronomía, lo que hoy en día puede caracterizar un lugar y una cultura en específico. Así pues, esta se relaciona con la cultura en cuanto a que la comida, constituye un pilar fundamental de la identidad cultural de cada país o región, incluso, en los países, cada comunidad puede tener platos y costumbres culinarias únicas que reflejan su historia, sus tradiciones y su forma de vida.

Haciendo una revisión se encontró que, el autor Cartay (2019) realizó una investigación exhaustiva del concepto de gastronomía, encontrando en documentos del autor Montecinos-Torres (2012) citado por Cartay (2019), una definición que expresa que la gastronomía “es el conocimiento razonado del arte de producir, crear, transformar, evolucionar, preservar y salvaguardar la actividad, el consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible el patrimonio gastronómico mundial cultural, natural, inmaterial, mixto y todo lo que respecta al sistema alimentario de la humanidad”. También dentro de la gastronomía se incluyen la investigación de nuevas tendencias, recuperar, conservar y promover la cultura gastronómica nacional y de crear productos gastronómicos innovadores atendiendo a las demandas de los comensales, a las condiciones económicas, políticas y sociales que tienen gran influencia en este ambiente tan extenso que abarca el campo de los alimentos (Hernández et al., 2016). Es por ello que estos elementos que se interrelacionan entre sí y dan lugar a diversas combinaciones, propician que la gastronomía reciba diversas denominaciones desde la perspectiva de la ciencia, el arte y de la disciplina lo que hace complejo su estudio.

La gastronomía y el turismo forman una simbiosis indisoluble, los sabores, aromas y texturas de la cocina local se convierten en embajadores culturales, transmitiendo la identidad y el alma de un destino. Al degustar un plato típico, los turistas no solo satisfacen su paladar, sino que también viven una experiencia sensorial que los conecta con la historia y la cultura del lugar, convirtiendo a la gastronomía en un elemento esencial de la oferta turística. Así también, la gastronomía es un pilar fundamental del turismo, generando ingresos económicos y un impacto significativo en las localidades. Para Schlüter et al. (2008), la gastronomía siempre estará presente en la actividad turística, sea motivación principal (rutas gastronómicas), sea motivo secundario (comer en el destino turístico visitado), es decir, existen dos tipos de visitantes, el que viaja para comer y el que come porque viaja. Sin embargo, su desarrollo también puede acarrear consecuencias ambientales y sociales. Analizar estos impactos y diseñar estrategias de gestión sostenible es crucial para garantizar un desarrollo responsable que minimice su huella ecológica y maximice los beneficios para las comunidades locales.

El origen del concepto de desarrollo sostenible está asociado a la preocupación creciente existente en la comunidad internacional en las últimas décadas del siglo XX al considerar el vínculo entre el desarrollo económico y social y sus efectos sobre el medio natural. Esto no es un conflicto nuevo. Lo nuevo, en su momento, fue la magnitud y extensión alcanzada por el mismo, que condujo a una valoración sobre sus consecuencias futuras, incluida dentro de ellas la capacidad de supervivencia de la especie humana (Gómez, 2015).

En este contexto de sostenibilidad asociada a la gastronomía, surge en Europa en 1989 un importante movimiento denominado “Slow Food”, en contraposición al término “Fast Food”, el cual es una organización global de base fundada por Carlo Petrini, cuyo objetivo se traduce en la sostenibilidad de la gastronomía, ya que promueve prevenir la desaparición de culturas y tradiciones alimentarias locales, y para contrarrestar el auge de los ritmos de vida acelerados y para combatir el desinterés general sobre los alimentos que se consumen, su procedencia y la forma en la que las decisiones alimentarias afectan el mundo. Desde sus comienzos, Slow Food se ha convertido en un movimiento mundial que hoy involucra a millones de personas en más de 160 países que trabajan para asegurar que todo el mundo tenga acceso a una alimentación buena, limpia y justa (Slow Food, 2024).

Desde el inicio de esta conceptualización han surgido iniciativas de consumo sustentable y saludable alrededor del mundo, de las cuales han prosperado acciones sociales a favor de la preservación del medio ambiente, como la producción de alimentos libres de pesticidas, fungicidas y agroquímicos, que son controlados durante toda la cadena productiva, y que garantizan productos orgánicos, frescos y saludables para el consumidor, dando con ello origen al término de Gastronomía Sostenible, equilibrando la balanza entre producción y consumo de forma humanizada en condiciones justas para todos (Buitrago, Chitiva, 2017).

De acuerdo (Aguirre y Cobos, 2021) La gastronomía sostenible como tendencia responde a la necesidad de optimizar los recursos en el sector alimentario, generando beneficios a lo largo de toda la cadena de valor. Desde el productor hasta el consumidor final, todos se ven favorecidos por prácticas que promueven la sustentabilidad.

Para la organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la Gastronomía Sostenible es sinónimo de una cocina que tiene en cuenta el origen de los ingredientes, cómo se cultivan y cómo llegan a nuestros mercados y, finalmente, a nuestros platos. Desde 2016, se celebra el Día Mundial de la Gastronomía Sostenible, cada 18 de junio, el cual promueve una alimentación saludable y sostenible. Impulsada por la ONU, en colaboración con la UNESCO y la FAO, esta iniciativa busca reconocer la gastronomía como un patrimonio cultural y un motor para el desarrollo sostenible, al fomentar hábitos alimenticios responsables y valorar la diversidad culinaria, se contribuye a construir un futuro más justo y equitativo para todos. Silva et al. (2022).

La sostenibilidad alimentaria es un desafío que requiere la colaboración de todos los actores involucrados: productores, empresas, gobiernos y consumidores. Al fomentar el consumo de pro-

ductos locales y sostenibles, se fortalece la agricultura local, se garantiza la seguridad alimentaria y se protege el medio ambiente. La gastronomía sostenible es un puente que conecta estos esfuerzos y contribuye a un sistema alimentario más justo y equitativo.

Buitrago y Chitiva (2017) ofrecen una visión integral de la gastronomía sostenible, enfatizando la importancia de una cadena alimentaria que respete los ciclos naturales y reduzca su impacto ambiental. Ureta (2016), ampliando este concepto, propone cuatro pilares fundamentales que guían la transición hacia un sistema alimentario más justo y sostenible. Al incorporar la gestión ética de los recursos económicos y el fomento de la equidad social, el autor enriquece la comprensión de la gastronomía sostenible, mostrando cómo esta práctica no solo beneficia al medio ambiente, sino también a las comunidades y a la economía.

Se debe hacer hincapié en que la gastronomía sostenible, a partir de su cadena de suministro, valoriza los productos, la cultura, la sociedad y el uso responsable de recursos naturales, permitiendo la unión del patrimonio natural y cultural. Lo que hace que cada vez sean más quienes se identifican con este concepto gastronómico (Cárdenas y Sanmartín, 2012).

Dimensiones de la Gastronomía Sostenible:

La gastronomía sostenible abarca múltiples dimensiones que interactúan entre sí para crear una experiencia culinaria respetuosa con el medio ambiente, la cultura y la sociedad. Estas dimensiones se pueden agrupar en tres grandes áreas:

1. La Dimensión Ambiental: La dimensión ambiental de la gastronomía, se vincula directamente con el nivel primario de producción de los alimentos, en esta etapa, prevalece la promoción de prácticas agroecológicas, y de reducción de la huella de carbono, el uso consciente del agua, donde los productores y agricultores puedan transformar los medios de producción de alimentos convencionales por aquellos más respetuosos con el ambiente. Uno de los elementos a destacar dentro de la gastronomía, es poder priorizar ingredientes cultivados o producidos localmente y en su temporada natural, para ser incorporados en los menús de los restaurantes, esto reduce la huella de carbono del transporte y promueve la agrobiodiversidad de las comunidades y pueblos y la cultura culinaria de los mismos.

Para la gastronomía sostenible es importante la aplicación de agricultura ecológica o agroecología, esta se refiere a que durante la producción en sí de los alimentos agrícolas y agropecuarios, sean los productores capaces de optar por sustitutos ecológicos de pesticidas o fertilizantes químicos, ya que es bien sabido que estos causan daños no solo a los consumidores finales, sino también a quienes los aplican, además de agotar la vida útil de los suelos y fuentes de aguas utilizados para la agricultura, también afecta el valor nutricional de los alimentos.

Para la gastronomía sostenible es importante la aplicación de agricultura ecológica o agroecología, esta se refiere a que durante la producción en sí de los alimentos agrícolas y agropecuarios, sean los

productores capaces de optar por sustitutos ecológicos de pesticidas o fertilizantes químicos, ya que es bien sabido que estos causan daños no solo a los consumidores finales, sino también a quienes los aplican, además de agotar la vida útil de los suelos y fuentes de aguas utilizados para la agricultura, también afecta el valor nutricional de los alimentos.

El movimiento “Zero Waste” o “Residuo Cero”, debe gran parte de su origen a las investigaciones de Paul Palmer, quien en 2005 publicó su libro “Getting to Zero Waste”. En esta obra pionera, Palmer exploró diversos métodos de reciclaje y gestión de residuos, ofreciendo valiosas recomendaciones para implementar un estilo de vida más sostenible. Si bien los aportes de Palmer fueron fundamentales, fue la escritora y activista ambiental Bea Johnson quien catapultó este movimiento a la esfera internacional, ampliando su alcance y popularizándolo a nivel global. (Aquaefundacion, 2024)

Este movimiento promueve y se basa en la regla de las 5 Rs, que son (Zerowaste, 2024):

- Rechazar lo que no necesitamos: Evitar productos innecesarios y aquellos que vienen en envases de un solo uso.
- Reducir lo que necesitamos: Comprar menos y optar por productos de mejor calidad y durabilidad.
- Reutilizar cambiando los desechables por alternativas reutilizables y comprando de segunda mano: Usar servilletas de tela, recipientes de vidrio y utensilios duraderos en lugar de plásticos desechables.
- Reciclar aquello que no podemos rechazar, reducir o reutilizar: Separar correctamente los residuos para su reciclaje.
- Rot (compostar): Compostar los residuos orgánicos para devolver nutrientes a la tierra.

A través de estas bases, el movimiento en cuestión promueve una transformación profunda en los hábitos de consumo y en la relación del ser humano con su entorno. Más allá de la gestión de residuos, busca cultivar una conciencia ambiental que reconozca la importancia de preservar los ecosistemas. Al comprender que cada acción individual repercute en el medio ambiente, se fomenta una responsabilidad colectiva para mitigar los impactos negativos y promover prácticas más sostenibles.

Estos valores también trascienden al ámbito gastronómico, ya que este movimiento no solo promueve el cero residuo a nivel de materiales sino también en torno a los alimentos que consumimos, es por ello que en la gastronomía sostenible la tendencia de cocina de aprovechamiento se basa en los principios básicos del cero residuo. El autor, Luis De la Nuez (2019), en su artículo “Cocina de aprovechamiento, un aporte para la sostenibilidad” define la cocina de aprovechamiento como una técnica que utiliza los desperdicios de comida y las partes de los alimentos que normalmente se desechan para la elaboración de nuevos platos. Esta práctica busca aprovechar al máximo los recursos alimentarios, reduciendo así el desperdicio orgánico y fomentando la creatividad culinaria.

La importancia de la cocina de aprovechamiento para la sostenibilidad radica en su capacidad para contrarrestar los efectos negativos del desperdicio de alimentos, que incluye la pérdida de recursos naturales como suelos, agua y energía, así como el impacto ambiental asociado a la producción de alimentos (Arboleya, 2014). Al implementar esta técnica, se contribuye a una gestión más responsable de los recursos, se reducen los desechos y se promueve un consumo más consciente, lo que es esencial para abordar la problemática medioambiental, social y económica relacionada con el desperdicio de alimentos.

En cuanto a la utilización del agua, el consumo responsable de agua y energía en la gastronomía sostenible representa una práctica clave en la optimización de recursos y la mitigación del impacto ambiental en la industria alimentaria (Cárdenas y Sanmartín, 2012). Esta filosofía implica la adopción de estrategias encaminadas a reducir el consumo de agua y energía en todas las etapas del proceso gastronómico, desde la producción hasta el servicio. A través de la implementación de tecnologías eficientes, la optimización de procesos y la promoción de prácticas sostenibles, los establecimientos gastronómicos pueden minimizar su huella hídrica y energética, contribuyendo de manera significativa a la preservación de los recursos naturales y a la lucha contra el cambio climático. Entre las medidas más destacadas se encuentran la reparación de fugas, la utilización de equipos eficientes, la reducción del desperdicio de alimentos y la promoción de prácticas de consumo consciente entre los clientes.

La gastronomía sostenible desempeña un papel crucial en la conservación de la biodiversidad a través de la promoción del uso de ingredientes autóctonos y la protección de los ecosistemas locales. Al priorizar productos locales, se fortalece la agricultura familiar y se preservan las variedades locales de plantas y animales, contribuyendo a la diversidad genética y a la resiliencia de los ecosistemas. Asimismo, al reducir las largas cadenas de suministro, se disminuye la huella de carbono asociada al transporte de alimentos, mitigando los efectos del cambio climático. Además, el apoyo a la agricultura ecológica y a las prácticas agroforestales fomenta la creación de hábitats para la fauna y flora autóctona, contribuyendo a la conservación de los ecosistemas y a la preservación de los servicios ecosistémicos que estos proporcionan, como la polinización y el control de plagas. En definitiva, la gastronomía sostenible se convierte en un vehículo para conectar a las personas con su entorno natural, promoviendo una alimentación saludable y sostenible y contribuyendo a la construcción de un futuro más resiliente y equitativo.

2. Dimensión Social: En esta dimensión social, se refiere a los aspectos sociales involucrados en el desarrollo de la gastronomía sostenible, a sus actores y protagonistas, es por ello que, como pilares fundamentales de este apartado, el apoyo a productores locales, se convierte en uno de los principales aspectos a considerar, ya que al colaborar con pequeños productores y comunidades locales, adquiriendo sus productos en un entorno endógeno, se fortalece el tejido social y se garantiza una distribución más equitativa de los beneficios económicos. Esta práctica promueve un modelo de desarrollo rural sostenible, donde los productores agrícolas y pecuarios locales se convierten en protagonistas en la cadena de valor alimentaria.

En este sentido, este apoyo necesario a los productores locales, que utilizan técnicas de producción sostenibles, contribuye a la preservación de la biodiversidad agrícola y tradiciones culinarias, ya que en esta práctica va más allá de simplemente obtener productos frescos y de calidad; se trata de valorar y proteger un patrimonio cultural y natural de las localidades.

Otros de los elementos que se deben considerar dentro de la dimensión social los manipuladores de alimentos, considerados entre ellos los cocineros, chefs y toda aquella persona que prepara alimentos para darle valor, ya sea para un restaurante, evento, o dentro de sus hogares. En este nivel, es importante también que exista conciencia de un uso razonable de los recursos alimenticios, y de los recursos naturales a la hora de darles valor a los alimentos que preparan, no solo debe hacerse al principio de la cadena, sino que se debe tener en cuenta que la sostenibilidad de cuidarse en todos los niveles de las cadenas de valor alimentarias.

3. Dimensión Económica: La dimensión económica de la gastronomía sostenible es fundamental para garantizar la viabilidad a largo plazo de los negocios y el desarrollo de las comunidades locales. Al evaluar estrategias de sostenibilidad económica en la gastronomía se debe considerar, por ejemplo, que implementar prácticas sostenibles no solo beneficia al medio ambiente y a la sociedad, sino que también puede ser una estrategia empresarial rentable a largo plazo. Al adoptar prácticas sostenibles, los negocios gastronómicos pueden optimizar el uso de recursos como agua y energía, reducir el desperdicio de alimentos y utilizar productos de temporada pueden generar ahorros significativos a largo plazo.

Actualmente los consumidores cada vez son más conscientes de los impactos ambientales y sociales de sus decisiones de compra. Al adoptar estas prácticas, los negocios de alimentos pueden mejorar su reputación y atraer a un público más comprometido. Por otro lado, al considerar aplicar estrategias de marketing vinculadas con la sostenibilidad, los clientes pueden valorar a las empresas que comparten sus valores y están dispuestos a pagar un precio premium por productos y servicios sostenibles. (López, 2013)

Ciertamente la demanda de productos y servicios sostenibles a nivel mundial está en constante crecimiento, lo que abre nuevas oportunidades de mercado para los negocios gastronómicos, ampliando de esta manera la competitividad.

Es por ello que ofrecer experiencias gastronómicas únicas y auténticas, y además sostenibles, puede ser una forma de diferenciarse de la competencia y generar un mayor valor percibido por los clientes. Al contar historias sobre los productos, los productores y las tradiciones locales, los negocios gastronómicos pueden crear experiencias memorables que conectan a los clientes con el destino, este tipo de estrategias es muy valorado en el mundo del turismo gastronómico (López, 2013)

En cuanto a los costos de producción, una estrategia que ayuda a los productores es que los negocios de restauración, establezcan relaciones directas con los productores locales, lo que per-

mite reducir el número de intermediarios en la cadena de suministro, lo que, a su vez, se traduce en precios más justos para los productores y los consumidores. Además, los circuitos cortos permiten mayor frescura de los productos, reducción del impacto ambiental, ya que, al reducir las distancias de transporte, se disminuye la huella de carbono asociada a la producción y distribución de alimentos. El apoyo a la economía local también influye cuando se compra directamente a los productores locales, ya que de esta manera se contribuye al desarrollo de las comunidades rurales y se fortalece el tejido social.

Interrelación entre las Dimensiones

La gastronomía sostenible establece una intrincada interrelación entre las dimensiones ambiental, social y económica. La dimensión ambiental se enfoca en minimizar el impacto ambiental de la producción y consumo de alimentos, promoviendo prácticas agrícolas sostenibles, reduciendo el desperdicio y optimizando el uso de recursos naturales. La dimensión social busca garantizar la equidad y la justicia en la cadena alimentaria, apoyando a pequeños productores y promoviendo el consumo local. La dimensión económica, por su parte, se centra en la viabilidad a largo plazo de los sistemas alimentarios, impulsando la innovación y la creación de valor. La vinculación entre estas tres dimensiones es fundamental, ya que una acción en una dimensión impacta directamente en las otras. Por ejemplo, las prácticas agrícolas sostenibles no solo benefician al medio ambiente, sino que también pueden mejorar la calidad de los alimentos y generar mayores ingresos para los productores. De esta manera, la interrelación entre las dimensiones ambiental, social y económica de la gastronomía sostenible garantiza la creación de sistemas alimentarios más resilientes, equitativos y sostenibles a largo plazo.

Desafíos de la gastronomía sostenible:

La gastronomía sostenible, a pesar de su creciente relevancia, enfrenta una serie de desafíos que obstaculizan su plena implementación. En primer lugar, la falta de una regulación clara y de incentivos económicos para los establecimientos gastronómicos dificulta la adopción de prácticas sostenibles a gran escala. Además, la escasez de información y educación sobre sostenibilidad en el sector alimentario limita la conciencia y el compromiso de los actores involucrados (Balanzino, 2016). En segundo lugar, la globalización y la industrialización de la alimentación han generado sistemas alimentarios complejos y fragmentados, lo que dificulta la implementación de prácticas locales y sostenibles. Asimismo, la resistencia al cambio y la percepción de que la sostenibilidad implica mayores costos son obstáculos significativos para la transformación del sector gastronómico.

Superar estos desafíos requiere de un enfoque multidisciplinario que involucre a gobiernos, empresas, productores, consumidores y academia. Es necesario desarrollar políticas públicas que promuevan la sostenibilidad en la alimentación, invertir en investigación y desarrollo de tecnologías sostenibles, y fomentar la educación y la sensibilización sobre los beneficios de la

gastronomía sostenible. Asimismo, es fundamental fortalecer la colaboración entre los diferentes actores de la cadena alimentaria para construir sistemas alimentarios más justos, equitativos y sostenibles.

Conclusión

La gastronomía sostenible representa una transformación necesaria en los sistemas alimentarios globales, con implicaciones profundas tanto a nivel ambiental como social y económico. Al promover prácticas agrícolas sostenibles, reducir el desperdicio de alimentos y fomentar el consumo local, la gastronomía sostenible contribuye a la mitigación del cambio climático, la conservación de la biodiversidad y la seguridad alimentaria. Asimismo, al fortalecer las economías locales y preservar las tradiciones culinarias, la gastronomía sostenible contribuye al desarrollo social y cultural.

De cara al futuro, la gastronomía sostenible se perfila como un motor de cambio hacia un modelo alimentario más justo y equitativo. Sin embargo, para alcanzar este objetivo, es necesario superar los desafíos actuales y fomentar una mayor colaboración entre los diferentes actores involucrados. La investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías sostenibles, la educación y la sensibilización de los consumidores, así como el establecimiento de políticas públicas que promuevan la sostenibilidad en la alimentación, son elementos clave para construir un futuro donde la gastronomía sea un vehículo para el bienestar de las personas y del planeta.

Referencias bibliográficas

Arbolea, J. C. (2014). *International Journal of Gastronomy and Food Science*. Disponible en: <http://www.gastronomyfoodscience.com>

Balanzino, M. (2016). *Tendencias gastronómicas que marcarán el 2016*. Disponible en: <http://www.thegourmetjournal.com>.

Informe o documento en línea de una institución:

Zero Waste Europe. (10 de diciembre de 2024). *About zero waste*. Zerowaste europe <https://zerowasteurope.eu/about/about-zero-waste/>

Buitrago, S., & Chitiva, D. A. (2017). *La gastronomía sostenible como factor de mejoramiento de la cadena de suministro del sector gastronómico en Bogotá- Colombia*. Disponible en: <https://bdigital.uexternado.edu.co>.

Cárdenas, E., & Sanmartín, A. (2012). *Identificación de elementos de gastronomía sostenible a la cocina tradicional pauteña, como aspectos innovadores a la misma*. Cuenca, Ecuador. Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/>. Consultado: 20/05/2016.

Punset, E. (2011). *Excusas para no pensar: Cómo nos enfrentamos a las incertidumbres de nuestra vida* (1ª ed.). Editorial destino.

Gastronomía sostenible (2013). Disponible en: <http://www.gastronomiasostenible.pe>.

Gómez, C. (2015). *El desarrollo sostenible: conceptos básicos, alcance y criterios para su*

evaluación. Disponible en <https://slidedoc.es/iii-el-desarrollo-sostenible-conceptos-basicos-alcance-y-criterios-para-su-evaluacion>.

López, R. (2013). Hacia una gastronomía sostenible. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/>

De la Nuez, L. (2023). Cocina de aprovechamiento, un aporte para la sostenibilidad. [PDF]. URL: <https://repositorio.unapec.edu.do/bitstream/123456789/898/3/3.%20Cocina%20de%20aprovechamiento%20C%20un%20aporte%20para%20la%20sostenibilidad.pdf>

Zero Waste ¿Vivir sin producir residuos?. 2024. Artículo informativo. Recuperado de: <https://www.fundacionaquae.org/zero-waste-que-es/>

Más allá de la sonrisa: el impacto de la gestión emocional en la calidad de los servicios turísticos.

MSc. Adys Karolina Reyes Méndez

Resumen.

La gestión emocional se erige como un pilar fundamental en la calidad del servicio turístico, especialmente en contextos de alta presión como el que se vive en ciudades turísticas como Mérida, Venezuela, por lo que en este ensayo, se exploran las diversas dimensiones de la inteligencia emocional y su impacto directo en la satisfacción del cliente, definiendo la gestión emocional y su relevancia dentro del sector turístico, destacando cómo habilidades como la empatía, el autocontrol y la comunicación efectiva son esenciales para crear experiencias memorables. Luego, se presenta cómo estas habilidades no solo mejoran las interacciones entre empleados y turistas, sino que también fomentan un ambiente laboral positivo y saludable.

Palabras clave:

Gestión Emocional; Inteligencia Emocional; Calidad Del Servicio; Sector Turístico; Satisfacción Del Cliente.

Venezuela es un destino turístico por excelencia a nivel mundial, no solo por su diversidad de paisajes naturales (playas, desierto, montañas, bosques, etc.), su inmensa riqueza cultural, sino también, por la calidez de su gente, por su atención al visitante y su forma de hacerlos sentir como en casa. Es por esta razón que, el gobierno venezolano, desde hace unos años ha enfocado sus planes de desarrollo económico en un sector tan importante como el turismo, dejando atrás el rentismo petrolero al que estaba acostumbrada la población.

En este orden de ideas, el turismo se ha convertido en un sector clave en la economía, especialmente en ciudades como Mérida, un destino turístico por excelencia que atrae a propios y visitantes por su belleza natural y su rica cultura, que, además, fue galardonada con el Premio Nacional de Turismo 2024 en su tercera edición, en la mención Destino categoría Tradicional.

Sin embargo, la calidad de los servicios turísticos en estos destinos, se convierte en un eje fundamental para garantizar una experiencia agradable, siendo, la gestión emocional un elemento crucial para lograrlo, ya que, no solo mejora la interacción entre el personal y los turistas, sino que también promueve la lealtad del cliente y el éxito empresarial.

En este sentido, Duque (2005) afirma que “el turismo es considerado un sector con grandes posibilidades para generar desarrollo, es decir, riqueza, bienestar y empleo. Ha llegado a convertirse en la principal actividad económica del mundo”. Sin embargo, para que este plan de desarrollo se consolide, no solo es necesario hacer inversiones en infraestructura turística, en adecuaciones a los espacios naturales, sino que, además, hay que fortalecer la capacitación profesional y el desarrollo personal de los prestadores de servicio turístico, así como la satisfacción del cliente, convirtiéndose este punto, en un pilar fundamental para el éxito.

Cabe destacar que, la necesidad del ser humano de sentirse comprendido es universal y se vuelve especialmente relevante en entornos laborales donde la interacción con el público es constante, por esta razón, brindar herramientas a los trabajadores para gestionar sus emociones, permite no solo comprender sus propios sentimientos, sino también empatizar con los visitantes, creando conexiones más auténticas y significativas, lo que se traduciría en una mejor experiencia y por ende, una óptima satisfacción del cliente.

En relación a esto, Barrientos et. al (2020) afirman que: los trabajadores de las empresas turísticas deberían ser emocionalmente inteligentes para ser capaces de desempeñar un puesto de trabajo que está en continuo contacto con clientes y con otros trabajadores. En este sentido, las empresas han de facilitar la formación a sus empleados en relación a la gestión de las emociones y a la inteligencia emocional (p.136).

Ahora bien, es necesario definir algunos conceptos claves en el desarrollo de este tema, siendo la gestión emocional, el punto de partida, la cual, se refiere a la capacidad de identificar, comprender y manejar las propias emociones y las de los demás. En el ámbito turístico, donde las interacciones humanas son constantes, esta habilidad se convierte en un factor determinante para el éxito

(Goleman, 1995). Es decir que, los colaboradores que gestionan adecuadamente sus emociones pueden ofrecer un servicio más empático y efectivo, lo que a su vez mejora la experiencia del cliente en todos los ámbitos. (Jiménez, 2015).

En otras palabras, Salovey y Mayer (1990) quienes fueron pioneros en este concepto, definen a su vez la inteligencia emocional como “la habilidad para percibir, asimilar, comprender y regular las propias emociones y la de los demás promoviendo un crecimiento emocional e intelectual” (p. 10). A propósito de ambos conceptos, en la actualidad, en el sector turístico, la gestión emocional de los trabajadores es fundamental para garantizar experiencias positivas y de calidad a los turistas y visitantes, generando, además, un ambiente laboral saludable.

Es importante resaltar que, Lillo (2009) afirma que “el nivel de satisfacción del viajero está directamente relacionado con la labor que desempeñan los profesionales del sector, ya que, el componente humano juega un papel fundamental en los procesos empresariales”. Es decir que, en el caso específico de los prestadores de servicio turístico, quienes son la cara visible de las empresas y, sus jornadas pueden extenderse por más de doce horas durante las temporadas altas, pueden enfrentarse a situaciones emocionales adversas, como quejas de los visitantes, situaciones de estrés y conflictos interpersonales, ocasionando cansancio tanto físico como emocional, estrés laboral o síndrome de burnout y una gestión emocional disminuida al momento de atender a los usuarios, razón por la cual, la inteligencia emocional se vuelve aún más relevante en este sector.

Asimismo, la gestión emocional en el turismo es muy importante, ya que, permite a los trabajadores manejar situaciones estresantes, resolver conflictos de manera positiva, mantener relaciones interpersonales sólidas y brindar un servicio al cliente de calidad.

Es por esta razón que, la capacitación en gestión emocional para los prestadores de servicio turístico puede generar un impacto positivo en la calidad del servicio y, por ende, en la satisfacción del cliente. Estas capacitaciones implicarían equipar a los empleados con herramientas y técnicas que les permitan manejar sus emociones de manera efectiva, traduciéndose en interacciones más positivas con los turistas.

Ahora bien, ¿qué es la calidad? la calidad del servicio se define como la percepción del cliente sobre el nivel de satisfacción que recibe en relación con sus expectativas. Por su parte, la Organización Mundial del Turismo (2016) la define como: el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, de conformidad con unas condiciones contractuales mutuamente acordadas, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos. Implica también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural.

En este orden de ideas, la satisfacción del cliente es un indicador clave del éxito en el sector turístico. Según estudios previos, un cliente satisfecho es más propenso a regresar y a recomendar el servicio a otros (Zendesk, 2023). Por lo que, según Parasuraman et. al (1988) “la calidad del servicio se mide a través de dimensiones como la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la empatía”; estas dimensiones están, entonces, intrínsecamente relacionadas con cómo los empleados gestionan sus emociones durante las interacciones con los clientes y cómo los mismos la perciben.

En Venezuela, donde el turismo enfrenta desafíos significativos, elevar estos estándares es esencial para atraer y fidelizar a los turistas. En el caso específico de la ciudad de Mérida, que es conocida por su hospitalidad, así como por el trato cálido y amable de sus habitantes, los trabajadores del sector turístico también enfrentan estrés y burnout debido a las condiciones laborales adversas (Jiménez, 2015), por lo que, la implementación de estrategias efectivas de gestión emocional puede no solo mitigar estos efectos negativos, sino también potenciar la calidad del servicio, aumentando la potencialidad turística del estado y de la región, ya que, los turistas buscan experiencias memorables que les permitan conectar emocionalmente con el destino.

En este sentido, una gestión emocional efectiva por parte de los prestadores de servicio turístico puede transformar interacciones ordinarias en momentos significativos para los turistas y visitantes. Según un estudio realizado por Pedragosa et al. (2015), las emociones experimentadas durante las interacciones con el personal influyen directamente en la satisfacción general del cliente.

Pero, ¿cómo se puede mejorar la gestión emocional de los prestadores de servicio turístico? A continuación, se presentan cuatro estrategias que podrían ayudar:

1. **Capacitación Continua:** la formación en inteligencia emocional y gestión de emociones debe ser parte fundamental del desarrollo profesional en el sector turístico, promoviendo programas que incluyan simulaciones y juego de roles que pueden ayudar a los empleados a manejar situaciones difíciles con clientes, permitiéndoles estar preparados para cuando se presenten las mismas en la vida real.
2. **Ambiente Laboral Positivo:** fomentando un entorno laboral que valore el bienestar emocional, lo que puede reducir el estrés y aumentar la satisfacción laboral, incluyendo no solo políticas de reconocimiento y salario emocional sino espacios de descanso adecuados para sus jornadas de trabajo. (MINTUR, 2024).
3. **Feedback Constante:** estableciendo canales para recibir retroalimentación tanto de empleados como de clientes, esto puede ayudar a identificar áreas de mejora y ajustar estrategias según sea necesario (Zas Jobs, 2024).
4. **Evaluación Regular:** implementando herramientas de evaluación emocional que logren medir el bienestar del personal, ayudando a identificar y proporcionar apoyo psicológico cuando sea necesario (MINTUR, 2024).

Por otra parte, es necesario capacitar a los prestadores de servicio turístico en las habilidades emocionales como la empatía, el autoconocimiento, el autocontrol, la comunicación efectiva y la resolución de conflictos, las cuales son valoradas por los clientes en el sector, ya que estas competencias no solo mejoran la interacción entre empleados y turistas, sino que también son fundamentales para garantizar una experiencia satisfactoria que fomente la lealtad en los visitantes. Por lo que a continuación se definen con mayor detenimiento:

1. **Empatía:** es la capacidad de ponerse en el lugar del otro y comprender sus emociones y necesidades. Esta habilidad permite a los prestadores de servicios turísticos conectar emocionalmente con los clientes, lo que resulta en una experiencia más personalizada y satisfactoria. Según un estudio, el 61,9% de los encuestados considera que la inteligencia emocional, que incluye la empatía, es crucial en el turismo (TecnoHotel, 2022).
2. **Autoconocimiento:** implica reconocer y entender las propias emociones, esta habilidad ayuda a los empleados a manejar mejor sus reacciones en situaciones de estrés o conflicto, lo que puede mejorar la interacción con los clientes. La capacidad de ser consciente de las propias emociones permite a los prestadores de servicios mantener una actitud positiva y profesional (Innovtur, 2022).
3. **Autocontrol:** es esencial para gestionar las emociones en situaciones desafiantes. Los empleados que pueden controlar sus reacciones emocionales son más capaces de ofrecer un servicio al cliente de calidad, incluso en circunstancias difíciles. Esto se traduce en una experiencia más placentera para el cliente y contribuye a su satisfacción general (Enciso Forero, 2020).
4. **Comunicación Efectiva:** la habilidad de comunicarse claramente y con asertividad es fundamental en el turismo, por lo que, los empleados que dominan esta habilidad pueden transmitir información importante a los clientes y resolver problemas de manera efectiva. La comunicación efectiva también incluye la escucha activa, que permite comprender mejor las necesidades del cliente (Hosteltur, 2022).
5. **Resolución de Conflictos:** esta es otra habilidad clave que impacta directamente en la satisfacción del cliente. Los empleados que pueden manejar desacuerdos o malentendidos de manera constructiva contribuyen a una experiencia más positiva para el cliente. Esta habilidad es especialmente valorada en situaciones donde las expectativas del cliente no se cumplen (Zas Jobs, 2024).

Ahora bien, en situaciones de alta presión en el sector turístico, el autocontrol emocional es esencial para mantener un servicio de calidad y asegurar la satisfacción del cliente; ya no es solo tener que sonreír y darle la razón al usuario, siguiendo la premisa “el cliente siempre tiene la razón”, sino mantener un equilibrio emocional que le permita al empleado sentirse parte del proceso y de la calidad brindada, sin que la experiencia con el cliente socave su gestión emocional. Por esta razón, es crucial reconocer que el desarrollo de estas habilidades emocionales no solo beneficia a los empleados y a los clientes, sino que también contribuye al éxito sostenible de las empresas turísticas; en un mundo donde la competencia es cada vez más feroz y las expectativas

de los clientes son cada vez más altas, invertir en la formación emocional del personal se convierte en una estrategia indispensable para destacar entre los competidores.

En definitiva, a medida que el sector turístico continúa evolucionando y adaptándose a nuevas realidades, surge una pregunta inevitable: ¿están los prestadores de servicio realmente preparados para enfrentar los desafíos emocionales que vienen con el servicio al cliente? La respuesta radica en la capacidad de los mismos para cultivar una cultura organizacional que valore y fomente la inteligencia emocional. Al hacerlo, no solo se transforma la experiencia del usuario, sino que también se redefine el futuro del turismo, no solo en Venezuela, sino a nivel mundial.

Finalmente, la gestión emocional es más que una habilidad, es una herramienta poderosa que puede cambiar la forma en que interactúan los seres humanos con el mundo a su alrededor, por lo que se invita a todos los actores del sector turístico a profundizar en este tema y explorar cómo pueden implementar prácticas de gestión emocional en su día a día. La próxima vez que sonrían a un cliente, recuerden: detrás de esa sonrisa hay una oportunidad para crear una conexión significativa que podría transformar su experiencia y su percepción del destino.

¿Están listos para ir más allá de la sonrisa? La respuesta está en nuestras manos.

Referencias

- Barrientos- Báez, A., Caldevilla, D., Martínez, J., López, E. (2020). Gestión de las Emociones: Departamento de Rrhh en Hotelería. Avances Teóricos y Aplicados en Inteligencia Emocional: Homenaje a 30 Años de Recorrido. Editorial Universidad de Almería. Recuperado de <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/KASP/articulo/view/4068/4304>
- Duque, A. (2005). Turismo y Competitividad en Venezuela: Una Aproximación a la Situación Actual Venezolana. ISSN: 1317-8822 • AÑO 4 • N° 2 • VOL 4. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545873005.pdf>
- Enciso Forero, E. (2020). Inteligencia emocional en la actividad turística. Universidad Externado de Colombia. Recuperado de <https://www.uexternado.edu.co/administracion-de-empresas-turisticas-y-hotelerias/inteligencia-emocional-en-la-actividad-turistica/>
- Goleman, D. (1995). Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ. Bantam Books.

La gestión del marketing turístico: una herramienta fundamental para la promoción de destinos.

Lic. Ender Carrasquel

Resumen.

Este ensayo explora la compleja interrelación entre la comercialización de destinos, el marketing turístico, la gestión de destinos turísticos y la transformación digital en la industria turística. Se inicia definiendo el turismo y el concepto de producto turístico, destacando la importancia de la experiencia del turista y la influencia de factores como la información y las expectativas en la toma de decisiones.

A continuación, se profundiza en la comercialización de destinos, enfatizando el papel de los activos intangibles como la marca y la reputación en un mercado cada vez más competitivo. El marketing turístico se presenta como una herramienta fundamental para comprender las necesidades de los turistas y desarrollar productos y servicios personalizados. Se destaca la importancia de construir relaciones duraderas con los clientes y de considerar un amplio abanico de variables en la planificación de las estrategias de marketing. La gestión de destinos turísticos se aborda desde la perspectiva de los Organismos de Gestión de Destino (OGD), los cuales desempeñan un papel crucial en la coordinación de los actores turísticos y en la promoción de un desarrollo turístico sostenible. Se resalta la importancia de la sostenibilidad como un elemento clave para el éxito a largo plazo de un destino.

Finalmente, el ensayo explora la transformación digital de los destinos turísticos, introduciendo el concepto de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Se destaca la importancia de la tecnología en la creación de experiencias turísticas personalizadas y la necesidad de desarrollar nuevas capacidades en los profesionales del sector. La coordinación entre los diferentes actores y la gestión de datos son elementos esenciales para el éxito de los DTI.

Palabras clave:

Marketing turístico. Transformación digital. Experiencia del turista. Gestión de destinos turísticos. Sostenibilidad.

Introducción

El marketing turístico, tradicionalmente centrado en la promoción de destinos, ha experimentado una transformación radical en las últimas décadas. La evolución desde tácticas promocionales locales hacia estrategias altamente sofisticadas, orientadas a la creación de experiencias personalizadas y memorables, refleja la creciente complejidad del sector. En un entorno competitivo, la capacidad de establecer conexiones emocionales profundas con los viajeros se ha convertido en un factor crítico para el éxito, impulsando tanto la satisfacción del cliente como la fidelización a la marca destino.

La comercialización turística ha utilizado desde tiempos remotos los elementos culturales, como patrimonios religiosos e históricos, para construir una identidad distintiva y atraer a visitantes. Esta práctica revela la capacidad del marketing turístico para articular y promover la singularidad de un lugar, convirtiéndola en una herramienta fundamental para el desarrollo turístico. La accesibilidad a los viajes, impulsada por la Revolución Industrial, ha desencadenado una evolución constante en las estrategias de comercialización turística. La transición de métodos tradicionales, como los folletos impresos, hacia la era digital ha sido acompañada por una sofisticación en las técnicas de marketing. (Elsabbagh R. 2024).

Es fundamental que la gestión de marketing turístico adopte una perspectiva integral, considerando a los turistas como el centro de todas las acciones. Las organizaciones involucradas en el sector deben reconocer el potencial del turismo y trabajar en conjunto para ofrecer experiencias únicas y memorables. (Kotler, 2011).

La diversidad de la oferta turística en un destino puede dificultar la creación de una imagen de marca sólida y coherente. Para superar este desafío, surgen los Organismos de Gestión de Destino (OGD), entidades encargadas de coordinar y comercializar los distintos productos y servicios turísticos. (OMT, 2019). Los OGD son fundamentales para construir una identidad única y atractiva para el destino, mejorando así su competitividad en el mercado (Valero-Quezada, 2021). El entorno digital, caracterizado por la omnipresencia de los dispositivos móviles, ha generado un cambio profundo en el sector turístico. Para hacer frente a este nuevo paradigma se necesita una transformación en las estrategias de marketing de los destinos. Esta transformación se centra en tres ejes principales: la inversión en infraestructura tecnológica, el desarrollo de las competencias digitales del personal involucrado y la gestión coordinada de todos los agentes turísticos (Invat-tur, 2020).

Marco Teórico

La Organización Mundial del Turismo, encargada de fomentar el desarrollo turístico a nivel global, define el turismo como los desplazamientos temporales con fines no laborales, con una duración comprendida entre 24 horas y 60 días (Melgar, 2001; OMT, en Ignarra, 1999).

La oferta turística es un entramado complejo donde atractivos turísticos, servicios específicos para visitantes, infraestructura y servicios públicos se interrelacionan para formar un todo. La suma de estas partes, más que cada una por separado, es lo que conforma el producto turístico que atrae a los visitantes” (Ignarra, 1999).

Según Kotler y Keller (2006), el concepto de producto en marketing es muy amplio. Incluye no solo bienes físicos, sino también servicios, experiencias, eventos, e incluso ideas. En esencia, cualquier cosa que un consumidor pueda valorar y adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos entra dentro de esta categoría.

La experiencia turística es el resultado del marketing de productos y servicios que satisfacen las necesidades de los viajeros. Esta experiencia se desarrolla en un lugar y tiempo específicos, hacia donde se desplazan los turistas para consumirla. El destino de sol y playa es un ejemplo claro de este tipo de experiencia, y la decisión de viajar hacia él está influenciada por diversos factores como la información disponible, el contexto y el momento en que se planifica el viaje. Estos factores iniciales moldean las expectativas y juicios de valor de los turistas (Sancho, 1998; Guijarro, Roger & Martí, 2014).

La comercialización de destinos turísticos, marcada por una mayor competencia y expectativas de los consumidores, ha elevado la importancia de los activos intangibles. Factores como la marca, la reputación y el conocimiento del mercado son cada vez más determinantes para el éxito de un destino en un entorno donde la oferta turística es abundante (Almeida y Garrod, 2018; Lalicic et al., 2021; Micera y Crispino, 2017).

Marketing Turístico

La gestión empresarial, en todas sus facetas, se ve potenciada por la implementación de estrategias de marketing sólidas. Más allá de la mera promoción, el marketing se erige como una herramienta fundamental para comprender a profundidad las necesidades de los consumidores y desarrollar productos y servicios que excedan sus expectativas. Según Kotler (2011), esta disciplina no solo busca vender, sino construir relaciones duraderas y rentables con los clientes. Para lograrlo, es imprescindible considerar un amplio abanico de variables, desde el entorno macroeconómico y las cadenas de valor hasta factores más específicos como las condiciones climáticas. En última instancia, una gestión de marketing efectiva es aquella que logra fidelizar a los clientes, generando un valor sostenible para la organización.

Hoy en día, el turismo se desarrolla en lugares que reúnen las condiciones adecuadas para esta actividad y cuentan con una comunidad local que debe ser el centro de atención. Para lograr esto, es fundamental que los actores locales se organicen y establezcan metas a corto, mediano y largo plazo, siguiendo los principios de gestión planteados por Vilcarromero (2012).

El marketing turístico se centra en descubrir las necesidades específicas de diferentes grupos de

turistas, creando experiencias turísticas a medida y proporcionando información detallada y relevante para cada segmento. (Trigueiro, 1999). Se encuentra fuertemente influenciado por la creciente demanda de experiencias personalizadas. Impulsado por el crecimiento poblacional y la búsqueda de satisfacción personal, este campo se enfoca en diseñar productos turísticos que se adapten a las necesidades específicas de cada consumidor, ofreciendo una alternativa a la rutina.

La gestión del marketing turístico debe centrarse en satisfacer las necesidades y deseos individuales de los turistas. Esto implica que tanto empresas como entidades públicas deben diseñar estrategias que se adapten a los intereses y preferencias de cada segmento de mercado. Tal como lo define Kotler (2011), el marketing turístico es un proceso de intercambio que involucra a todos los actores del sector, desde las empresas hasta los destinos turísticos.

La percepción de un destino turístico como un producto influye directamente en las actitudes del consumidor. Estas se moldean por emociones, reputación y expectativas previas, y se ven reforzadas o modificadas durante la experiencia. La formación de esta imagen se basa en una combinación de fuentes internas, experiencias pasadas, recomendaciones y externas (publicidad, guías), filtradas por factores psicológicos, sociales y culturales del individuo. (Do Amaral Moretti, Normelio Hack y Zucco, 2015).

Gestión de Destinos Turísticos

Los destinos turísticos son puntos de encuentro entre la oferta y la demanda. Sin embargo, la fragmentación de la oferta turística dificulta la creación de una imagen de destino unificada. Para superar este desafío, surgen los Organismos de Gestión de Destino (OGD o DMO). Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), las DMO son entidades responsables de gestionar y comercializar los destinos. A diferencia de las tradicionales acciones de marketing, las DMO desempeñan un papel más amplio, abarcando tareas de planificación, coordinación y gestión de los diferentes actores turísticos (Sheehan et al., 2016).

Los OGD son organizaciones clave para garantizar el desarrollo turístico sostenible de un destino. Equipados con conocimientos especializados, estos organismos elaboran estrategias y coordinan acciones para mejorar la competitividad y el posicionamiento de un destino en el mercado. Al representar a todos los actores involucrados en la actividad turística, los OGD promueven una gestión responsable de los recursos y buscan maximizar los beneficios económicos a largo plazo. Como señalan Pike y Page (2014), la literatura sobre DMO destaca la importancia de la sostenibilidad como un elemento fundamental para el éxito turístico. La responsabilidad de las OGD en la competitividad de un destino es un tema de gran relevancia, ya que influye en las decisiones de inversión y en el desarrollo económico de las comunidades.

Transformación digital

La revolución tecnológica ha dado origen a un concepto clave: la transformación digital. El MIT

Sloan ofrece una definición concisa: la transformación digital implica un cambio radical en las condiciones comerciales, impulsado por la tecnología, que a su vez modifica las demandas de los clientes, socios y empleados (Kane, 2017).

Las tecnologías emergentes están revolucionando la industria turística. El ciclo de viaje, desde la planificación hasta la experiencia post-viaje, se está viendo profundamente influenciado por la adopción de nuevas herramientas y plataformas digitales, que están cambiando radicalmente la manera en que los turistas interactúan con los destinos (Invat·tur, 2015).

La evolución de los destinos turísticos apunta hacia un modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), donde la colaboración entre los diferentes actores es fundamental. Esta transformación se sustenta en la innovación tecnológica y en una gestión sostenible que busca mejorar la calidad de vida de los residentes y la experiencia de los visitantes, fomentando al mismo tiempo la accesibilidad universal y la interacción con el entorno” (SEGITTUR, 2016).

El modelo DTI exige una transformación digital profunda de los destinos turísticos, lo que implica tanto la inversión en tecnología como el desarrollo de nuevas capacidades en los profesionales del sector. Estos profesionales deben ser capaces de analizar los datos de los turistas y diseñar estrategias de marketing personalizadas para cada etapa del viaje: inspiración, planificación, reserva, disfrute y compartir. Asimismo, la coordinación entre todos los actores involucrados es esencial para ofrecer una experiencia turística coherente y de calidad, y así mejorar la reputación del destino (Invat·tur, 2020).

Conclusiones

El presente ensayo ha explorado la evolución de la comercialización de destinos turísticos, el marketing turístico, la gestión de destinos y la transformación digital. A través de este análisis, se evidencia una creciente interconexión entre estos elementos, impulsada por la globalización, la tecnología y las cambiantes demandas de los consumidores.

La comercialización de destinos ha evolucionado de un enfoque tradicional basado en productos estandarizados hacia una oferta más personalizada y experiencial. La gestión de destinos, a su vez, ha reconocido la importancia de la colaboración entre los diferentes actores involucrados, dando lugar al surgimiento de los Organismos de Gestión de Destino (OGD). Estos organismos desempeñan un papel crucial en la coordinación de esfuerzos y la promoción de destinos de manera más efectiva.

El marketing turístico, por su parte, ha experimentado una transformación profunda gracias a la digitalización. Las herramientas digitales permiten a los destinos llegar a un público más amplio y segmentar de manera más precisa a los consumidores. Además, facilitan la recopilación de datos que permiten una mejor comprensión de las necesidades y preferencias de los turistas, lo que a su vez facilita la personalización de la oferta.

La transformación digital ha sido un catalizador clave en la evolución de los destinos turísticos. El concepto de Destino Turístico Inteligente (DTI) representa una visión de futuro en la que la tecnología se utiliza para mejorar la gestión de los destinos, optimizar la experiencia del turista y promover la sostenibilidad. Sin embargo, la implementación exitosa de un DTI requiere de una inversión significativa en tecnología, así como de la capacitación de los profesionales del sector.

En conclusión, el futuro del turismo se caracteriza por una creciente complejidad y competitividad. Los destinos turísticos que deseen destacar en este entorno dinámico deben adoptar un enfoque integral que combine la comercialización efectiva, la gestión estratégica, la innovación tecnológica y la sostenibilidad. La colaboración entre los diferentes actores involucrados, tanto públicos como privados, es fundamental para lograr este objetivo.

Referencias

- Almeida, A., & Garrod, B. (2018). A CATREG model of destination choice for a mature Island destination. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 32-40.
- Do Amaral Moretti, S. L., Durieux Zucco, F., & Pozo, H. (2016). Motivaciones para visitar el Oktoberfest en Blumenau (BR) y Munich (RFA): un análisis comparativo utilizando la técnica de mínimos cuadrados parciales. *Revista Brasileña de Investigaciones Turísticas*, 10(2), 374-393.
- Elsabbagh R.(2024). The Role of Festivals in Community Building - Connolly Cove. Recuperado 30/11/2024 <https://www.connollycove.com/role-of-festivals-in-community-building/>
- Guijarro, G. M., Roger, M. V., & Martí, S. M. (2014). El valor percibido de los clientes de las agencias de viajes con canal múltiple: Un análisis cluster. *Papers de Turisme*, 56, 61-80.
- Ignarra, L. R. (1999) "Fundamentos del turismo". Pioneira, São Paulo.
- Invat-tur, (2020). Nuevos modelos de gestión del marketing en destinos turísticos. Comunitat Valenciana.
- Invat-tur, (2015). Destinos turísticos inteligentes: Manual Operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes. Comunitat Valenciana.
- Kane, G. (2017). "Transformación digital" es un nombre inapropiado. MIT Sloan Management Review.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2006) "Administración de marketing: análisis, planificación, implementación y control. Prentice Hall, São Paulo.
- Kotler, P. (2011). *Marketing Turístico* 5ta edición. Madrid: Pearson Educacion.
- Melgar, E. G. (2001) "Fundamentos de planejamento e marketing em turismo". (Coleção Turismo) Contexto, São Paulo
- Micera, R., & Crispino, R. (2017). Destination web reputation as "smart tool" for image building: the case analysis of Naples city-destination. *International Journal of Tourism Cities*, 3(4), 406-423.
- OMT. (2019). Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD). UNWTO.
- Pike, S. y Page, S. J. (2014). Organizaciones de marketing de destinos y marketing de destinos: un análisis narrativo de la literatura. *Gestión turística*, 41, 202-227.

Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.

SEGITTUR (2019). *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas*. Qué es el DTI. Recuperado: 29/11/2024. <https://www.destinosinteligentes.es/que-es-dti/>

Sheehan, L., Vargas-Sánchez, A., Presenza, A. y Abbate, T. (2016). The use of intelligence in tourism destination management: An emerging role for DMOs. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 549-557.

Trigueiro, C. M. (1999). *Marketing y turismo: cómo planificar y gestionar el marketing turístico de un lugar*. Qualitymark Editora, Rio de Janeiro

Valero-Quezada, A (2021). El rol de los organismos de gestión de destinos y la competitividad sostenible de los destinos turísticos: caso México. *Revista Universitaria de Administración*, Nova Rua Vol. 13 Núm. 23 (2021): JULIO-DICIEMBRE 2021.

Vilcarromero, R. (2012). *La gestión de la producción* Fundación Andaluza Inca.

El estado del arte como metodología de investigación aplicada a la actividad turística

Ing. María Mariani Contreras Salazar

Resumen.

La educación en sus diferentes niveles es actualmente un increíble mundo intelectual donde se conjugan gran variedad de estrategias pedagógicas utilizadas por el docente y la innovación tecnológica, asociadas a la implementación de las I.A (Inteligencia Artificial); con la finalidad de otorgar el conocimiento científico al estudiante, para convertirlo en un ser dinámico capaz de aportar soluciones prácticas a fenómenos reales que emergen durante el desarrollo de la sociedad. De esta manera surge “el estado del arte” en los procesos documentales; como puente de investigación aplicada a un determinado objeto de estudio. Una herramienta heurística y hermenéutica que permite crear, analizar, sistematizar e interpretar datos reales para tomar decisiones confiables que optimizan problemáticas y desarrollan teorías aplicables en diversas áreas de formación.

El objetivo del presente estudio es enfocar el estado del arte a la actividad turística, surgiendo como interrogante a la investigación ¿qué nos permite el estado del arte en el desarrollo del motor turístico mundial como actividad social y en qué nivel se puede clasificar? En este contexto la producción científica que surge de las aportaciones académicas permite establecer nuevos escenarios para la comprensión del fenómeno turístico de manera global., pasando a una visión practica del mismo en cuanto al panorama de la actividad en nuestra nación venezolana.

Palabras clave:

Estudio, Investigación, Turismo.

Buscar, leer y analizar información relevante sobre un tema en específico, parece una tarea básica y sin sentido para muchas personas en su cotidianidad. Sin detenerse a pensar que la evolución del ser humano y su interacción social viene enmarcada por un proceso investigativo extenso y ciertamente metódico basado en la observación, la experimentación y el razonamiento, la cual tiene como objetivo mejorar nuestra calidad humana. Desde esta perspectiva surge en el medio académico durante los años ochenta (80) una herramienta que permite estudiar el conocimiento acumulado sobre un área específica “el estado del arte”, el cual se puede definir como un instrumento de estudio que le permite al investigador el reconocimiento y la interpretación de la realidad de un tema o situación, proporcionándole una base confiable para la toma de decisiones y brindando al lector la oportunidad de entender el camino teórico seguido por el investigador para lograr su propósito de estudio. Simultáneamente asociando esta importante metodología al campo del turismo mundial podemos destacar que ha permitido al turismo alrededor mundial ser abordado como una ciencia social, que permite el desarrollo económico y cultural de las naciones y sus pobladores a través del estudio de diferentes perspectivas y teniendo como tema principal la hospitalidad y los viajes de recreación.

Desde esta perspectiva los últimos estudios en el área de investigación realizados por la Organización Mundial del turismo, afirman que el sector durante el año 2024 se ha recuperado considerablemente de las consecuencias de la pandemia del COVID/19. También el estado del arte ha permitido que se generen alianzas diplomáticas con diferentes instituciones públicas y privadas que apuestan por el desarrollo turístico a través del financiamiento y la promoción de proyectos que se enfocan en reducir el impacto causado al medio ambiente como consecuencia de los viajes con fines de recreación, tal es el caso del acuerdo suscrito entre el Banco del desarrollo de América Latina y el Caribe y la Organización Mundial para el turismo, el nueve de febrero del año en curso, convenio que está basado en la innovación tecnológica asociada al turismo sostenible.

En el mismo orden de ideas se pueden mencionar diferentes eventos enmarcados en el estado del arte para la comprensión del turismo, desarrollados recientemente, entre ellos se destaca: El III Congreso internacional en investigación de turismo, el cual conto con 60 ponencias de investigadores de todo el mundo y tuvo como sede la capital de Colombia, generando espacios de encuentros académicos que profundizan en la retroalimentación a través del intercambio de ideas entre ellas el resguardo del patrimonio cultural, identificar a los principales actores de los sistemas turísticos, respetar las tradiciones de los pueblos originarios, promover el turismo comunitario, dar realce a la identidad culinaria del destino, crear experiencias innovadoras para el desarrollo sostenible del turismo. Así como la presentación de investigaciones inéditas que proporcionan una plataforma productiva y sólida al sector hotelero relacionada principalmente con la gerencia, administración y automatización de estos espacios.

Es evidente que el estado del arte es un engranaje perfecto para el conocimiento global de este campo en desarrollo, abarcando una amplia gama de disciplinas que impulsan el desarrollo económico pero sobre todo científico de muchas naciones, el surgimiento de nuevos productos y

servicios, la identificación de problemáticas cotidianas, la toma de decisiones útiles, los programas de planificación para evitar el turismo en masas y la interacción con sus actores generando grandes oportunidades en el ámbito laboral. No cabe duda que el turismo y la investigación se encuentran en un buen nivel generando conocimiento científico fundamental para la comprensión dinámica del entorno donde se maximiza el potencial turístico de un mundo en constante evolución.

Visión general del estado del arte en el sistema turístico venezolano.

El progreso que nuestro país lleva a cabo desde la perspectiva del turismo como un motor económico que potencie los ingresos brutos de la nación, nos ha llevado a proponer, estudiar y establecer un modelo turístico innovador, versátil y óptimo; basado en producciones científicas de relevancia con base en los procesos de investigación enfocada al turismo; que protagonizan académicos de todas las instituciones universitarias de la nación. Es así como sus producciones en diferentes líneas de investigación se fusionan al campo turístico para su evolución y van generando un impacto significativo tanto nacional como internacionalmente; tomando en cuenta aspectos socioculturales, políticos, ambientales y tecnológicos. Por lo cual se define como un proceso de eficiente y eficaz que permite crear enlaces pertinentes en la promoción, cuidado y mantenimiento del territorio como elemento protagónico; siendo la diversidad de paisajes, flora, fauna, playas, montañas, desiertos entre otros. Lugares extraordinarios que despiertan el interés en la demanda, aumentando el volumen de visitantes con una promoción turística a la vanguardia de la tecnología, es decir aprovechamiento de impacto en las redes sociales para publicidad y mercadeo, asociado a campañas de concientización ecológica que promueven la conservación de los espacios creando un turista audaz con conciencia ecológica. Como resultado la oferta se encuentra más robusta con bienes y servicios de alta clasificación, donde se toma en cuenta el perfil y las preferencias variadas del mismo, direccionado a la satisfacción de sus necesidades.

Además algunas instituciones del sector se han enfocado en realizar inversión económica en toda la infraestructura del sistema turístico y en diversas producciones científicas que consolidan dicho sistema, dando paso al desarrollo creciente de la actividad comercial, la promoción de productos autóctonos, empresas que transformen la materia prima sin necesidad de exportación, agencias de viajes con enlaces directos en los más atractivos y cómodos hospedajes de contacto natural que promueven la identidad nacional y nuestra herencia histórica teniendo como resultado para el turista que la experiencia vivida sea su mayor lujo durante la estadía. Así como la interacción directa con las comunidades y sus pobladores, quienes son los encargados de mantener las principales tradiciones culturales y religiosas de las cuales disfrutará el visitante.

Finalmente y como pieza clave el estado del arte ha permitido educar a la población en materia turística convirtiéndola en un elemento esencial de sinergia en el sistema.

Referencias electrónicas

Pablo M. Cañero Morales. F (2019). Estado del arte sobre el turismo alternativo. 29/11/2024. https://www.utesa.edu/home/revistas-utesianas/rev-economicas-sociales/descargables/2019/2019_Sociales_Art_2.pdf.

Moral Cuadra, S., & Orgaz Agüera, F. (2017). Turismo y desarrollo sostenible: conceptualización, evolución y principios. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, 22 (junio 2017). Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/turismo-desarrollo-sostenible.html>

Jorge Héctor Adrián López. F (2023). El estado del arte. 28/11/2024. <https://www.youtube.com/watch?v=SDno2FXa4Ks>.

Paino RG. F (2016.)El estado del arte en la investigación. 29/11/2024. <https://www.redalyc.org/pdf/3459/345945922011.pdf>.

Anda, Luis ángel; Jiménez, Graciela cruz. Turismo e Identidad en Iberoamérica: Estado del Arte desde los estudios turísticos. <https://www.redalyc.org/journal/4735/473552032005/473552032005.pdf>.

Darío José Espinal Ruiz - Benjamin Betancourt Guerrero - Gildardo Scarpetta Calero - Natali Cruz Gonzále. F (2022). Análisis del turismo sostenible, como estrategia competitiva, caso Guadalajara de Buga, Valle del Cauca, Colombia. 01/12/2024. <https://siturvalle.com/estadodelarte>.

ONU TURISMO. (2024). El primer tablero de datos global para analizar el turismo. 01/12/2024. <https://www.unwto.org/es/onu-turismo-dashboard-datos-turisticos>.



Dirigir comunicaciones a:

direccion@hotelescuola.org.ve

cenintur@hotelescuola.org.ve

[@unatur_ve](https://www.instagram.com/unatur_ve)

<http://revistahelav.org>



CENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS

CENINTUR

DEL COLEGIO UNIVERSITARIO HOTEL ESCUELA DE LOS ANDES VENEZOLANOS