

UNA OPORTUNIDAD PARA LOS
GOBIERNOS AUTÓNOMOS
DESCENTRALIZADOS

TURISMO ALTERNATIVO

Aníbal Gonzalo Fuentes Moreno



INTRODUCCIÓN



Casa de Hacienda El Porvenir - Cotopaxi

El turismo es un fenómeno mundial que abarca muchas dimensiones en donde el visitante (turista-excursionista) exige y demanda hoy, calidad y experiencia, por lo que los destinos turísticos han debido adaptarse y proponer nuevos variados productos para no quedar rezagados como destino mundial.

Se deben distinguir varias etapas en los destinos turísticos, desde que surgen hasta que llegan a su inevitable declive, de igual manera pasa con los modelos turísticos; es así, que en la academia y la empresa se ha estudiado arduamente el modelo tradicional, basado en un turismo de sol y playa, que actualmente comienza a verse debilitado tras el surgimiento de otras modalidades, que ofertan productos diferenciados, personalizados y sostenibles.

La demanda del visitante actual, hace que surjan continuamente nuevas tendencias, y maneras de ver el mundo de los viajes, es así que aparece el turismo alternativo, movido por valores, amor por la naturaleza, la cultura, la sostenibilidad, el amor por los animales, y todo ello que permite vivir de manera diferente otros territorios, siempre en la búsqueda de experiencias.

El fin de esta interacción es que el visitante conozca, disfrute, respete, comprenda y participe en la cultura y la naturaleza del lugar que visita.

Para la práctica y desarrollo de esta nueva forma de ofertar la experiencia turística, se requieren de un patrimonio turístico inventariado y potencializado, de facilidades turísticas cuidadosamente implementadas, servicios básicos y una gobernanza efectiva, que el caso del turismo alternativo se debe cubrir un aspecto fundamental que lo diferencia del masivo, que es el contacto directo y personalizado con los pobladores locales.

Son cuatro las modalidades o productos integrados que componen el turismo alternativo: Ecoturismo, Turismo Rural, Turismo Urbano y de Aventura, cada uno de ellos con particularidades y tendencias marcadas, que motivan su práctica y crecimiento alrededor del planeta.

Se debe decir que los productos turísticos en el Turismo Alternativo, consiguen muchas veces a través de su oferta, que el visitante salga de su zona de confort, aventurándose a actividades exóticas, pero siempre respetando el su entorno y la comunidad.



Virgen del Panecillo - Quito



Mirador de Cóndores del Isco- Reserva Ecológica Antisana

Lo primero que tiene que quedar muy claro en este caso, es que el turismo alternativo no es en realidad una forma de turismo que responda a una motivación de los turistas. Tiene su origen en un movimiento que surge en Europa a mediados de los años ochenta, integrado por organizaciones ambientalistas, especialistas y profesionales del turismo, animados por el propósito de luchar contra las secuelas negativas del turismo en todo el mundo. (Acerenza, 2010)

UNIDAD 1

**APROXIMACIÓN
TEÓRICA Y REFERENCIAS
PARA EL ESTUDIO DEL
TURISMO ALTERNATIVO**

De acuerdo con la información disponible sobre sus antecedentes, se pudo saber que en 1985 los organizadores de la Bolsa Internacional de Turismo (ITB) de Berlín brindaron a este movimiento la oportunidad para que expresaran lo que les parecía que estaba mal hecho en el campo del turismo, ocasión en la cual se desarrolló el primer debate sobre sus planteamientos, evento que alcanzó gran difusión en el ámbito turístico mundial. Al año siguiente, 14 organizaciones de diversos sectores vinculados con el turismo, que concordaron con los planteamientos de estos críticos, hicieron una alianza y formaron un grupo de trabajo que denominaron “Turismo Consciente y Responsable”, y en 1987 presentaron un stand propio en ITB para poder seguir divulgando sus actividades en el medio turístico.

El primer folleto promocional apareció en 1988, y desde entonces el grupo continuó la lucha por imponer sus ideales en pro de un turismo ecológicamente responsable y socialmente justo, denunciando el desarrollo turístico en gran escala y recomendando un “turismo alternativo” para los países en desarrollo cuyo entorno económico, social y cultural se hubiere visto afectado por los efectos del turismo masivo.

El turismo alternativo por tanto, es el nombre genérico con el cual el movimiento ambientalista denominado “Turismo Consciente y Responsable” llamó a todas aquellas opciones, distintas a la del “turismo de masa”, que se caracterizan por permitir un desarrollo del turismo en menor escala, con un mínimo impacto ambiental, y respetuoso de los valores de las comunidades y su cultura.

Sin embargo debe decirse que en función de sus características, bajo esta denominación genérica pueden darse distintas tendencias, cada una de las cuales responde a diferentes motivaciones de viaje, por lo que en el turismo alternativo pueden identificarse tendencias bizarras muchas veces pero que movilizan millones de personas en el mundo, como son turismo de naturaleza, de aventura, de dolor, deportes extremos, termalismo, de base comunitaria, ufoturismo, turismo cultural, turismo naranja, turismo dorado, turismo religioso, turismo gastronómico, turismo esotérico, turismo tántrico, turismo de bienestar entre los más conocidos.

Una de las características del turismo alternativo, que lo diferencia del turismo de masa, es que puede ser manejado por pequeñas y medianas empresas que incorporan en su operación personal reclutado en las mismas comunidades locales, lo cual además de la participación activa de estos en el turismo, permite la práctica de un desarrollo sostenible, y la garantía de una mayor protección y seguridad de los visitantes en los espacios en los cuales tiene lugar la actividad turística.

Definición de Turismo

Fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios-profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

(OMT,2014)



El Turismo Sostenible



El turismo sostenible puede definirse como la creación y el mantenimiento de un Sector (industria) del turismo en la cual el crecimiento no agota sino que preserva o potencia existencias de capital económico, social, cultural o ambiental.

Debido a las peculiares características del mercado del turismo y su inusitada dependencia económica de las formas "no tradicionales" de capital social, cultural y ambiental en particular, la sostenibilidad puede entenderse desde una perspectiva comunitaria o totalmente privada.

Una industria del turismo es sostenible si no infringe daño neto al capital económico, social, patrimonial y ambiental de la comunidad local, lo que permite a las empresas de turismo obtener beneficios económicos que no se logran a expensas de los medios de vida locales, la calidad del medio ambiente o bienestar Social.

La Sostenibilidad en Turismo

Alternativamente, una industria del turismo es sostenible si no socava los cimientos de su propia viabilidad económica al degradar los activos de capital, tanto tradicionales como no tradicionales, en los que se basa la rentabilidad.

La viabilidad de la industria del turismo depende del capital económico, social, cultural y ambiental de la comunidad local; y la preservación y el crecimiento de estos bienes de capital a su vez dependen de la viabilidad de la industria del turismo.

El desarrollo del turismo sostenible depende de la capacidad de numerosas partes interesadas diversas para reconocer la naturaleza mutuamente dependiente de sus intereses y alinear sus acciones para lograr objetivos comunes. El papel del profesional del desarrollo es facilitar esta comprensión y promover un enfoque colaborativo y participativo para el desarrollo de los destinos turísticos.



Directrices OMT 2020 para la sostenibilidad del turismo

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos.

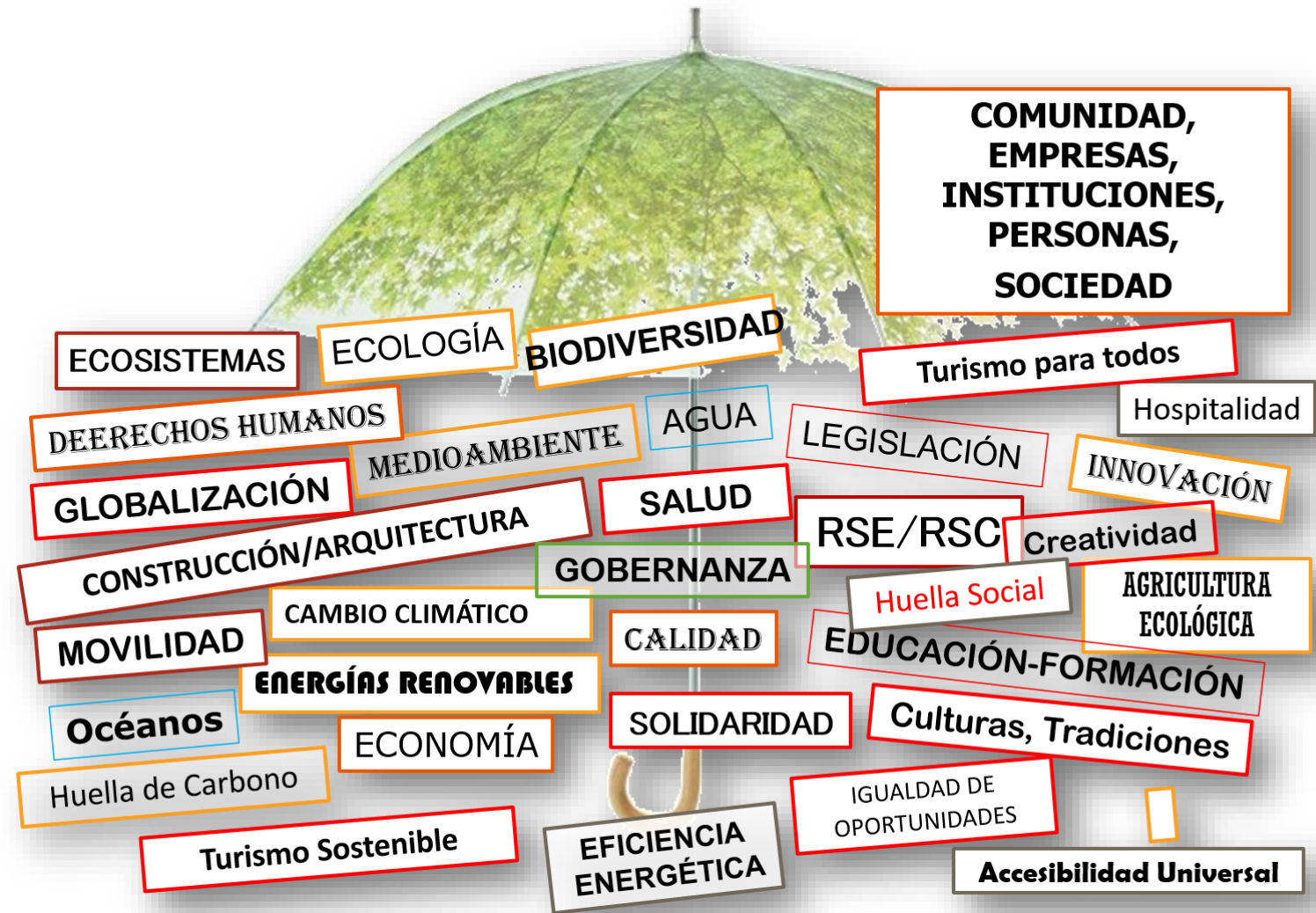
Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo, por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- 3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

“El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles”.

El Paraguas de la Sostenibilidad



Recurso Turístico

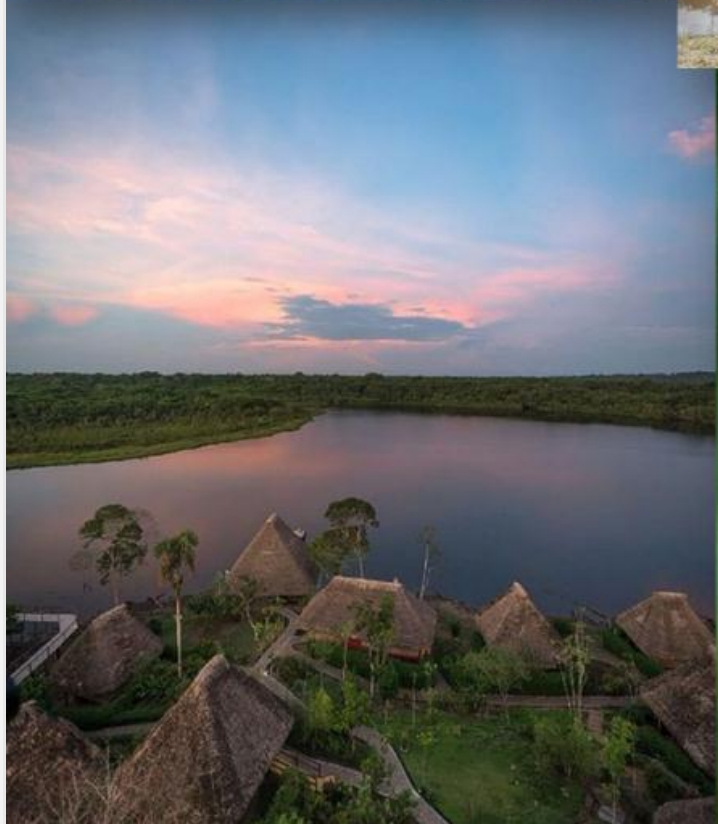
Es un elemento natural o cultural que puede motivar el desplazamiento, pero no se encuentra todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Atractivo Turístico

Conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (OMT. 2013)

Resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio. (MINTUR EC, 2018)

Elemento del sistema turístico que genera el interés en el desarrollo turístico; puede ser puesto en valor, y ésta potencialidad, puede manifestarse en mayor o menor medida, de acuerdo a su relación con otros atractivos, autenticidad, singularidad y gestión que reciban en el proceso de gestión. (Fuentes, A. 2016)



CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría.

Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos.

Para la clasificación de atractivos se considera dos categorías: **Atractivos Naturales y Manifestaciones Culturales**; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos.

En la categoría de **Atractivos Naturales** se reconocen 11 tipos y 54 subtipos.

Entre los 11 tipos se tiene: montañas, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares.

En la Categoría **Manifestaciones Culturales** se reconocen 4 tipos y 25 subtipos.

Entre los 4 tipos se tiene: arquitectura, acervo cultural y popular, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados. (MINTUR EC,2018)

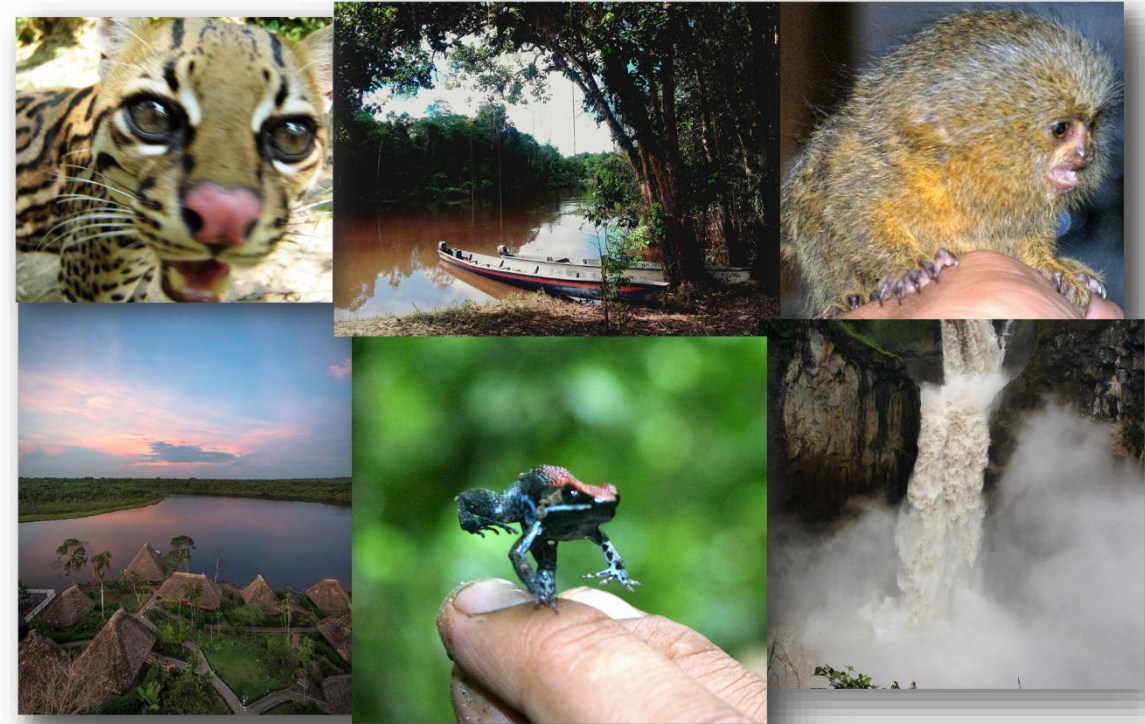


Tabla 1. Clasificación de los Atractivos Turísticos

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO *
Atractivos Naturales	1. Montañas	Alta, Media y Baja montaña; Costero, Del interior; Lago, Laguna, Pantano, Poza, Humedal, Vado, Playa de laguna; Río, Riachuelo, Rápido, Cascada, Ribera, Playa de río, Delta; Páramo, Ceja de selva, Nublado, Montano bajo, Húmedo tropical, Manglar, Seco, Petrificado, Inundable; Manantial de agua mineral, Caverna, Río subterráneo; Flujo de lava, Tubo de lava, Escarpa de falla, Cañón, Quebrada, Grieta; Playa, Acantilado, Golfo, Bahía, Ensenada, Canal, Estuario, Estero; Arrecife de coral, Cueva, Cráter, Acantilado marino; Isla continental, Isla oceánica, Islote, Roca.
	2. Desiertos	
	3. Ambientes Lacustres	
	4. Ríos	
	5. Bosques	
	6. Aguas subterráneas	
	7. Fenómenos espeleológicos	
	8. Fenómenos geológicos	
	9. Costas o litorales	
	10. Ambientes Marinos	
	11. Tierras Insulares	
Manifestaciones Culturales	1. Arquitectura	Histórica/vernácula, Infraestructura cultural, Infraestructura recreativa, Otras infraestructuras sociales, Sitio histórico, Área arqueológica, Monumentos, Espacio público; Etnografía, Fiestas religiosas/ tradiciones y creencias populares, Artesanías y artes, Medicina ancestral, Ferias y mercados, Música y danza, Gastronomía; Obras de ingeniería, Centros astronómicos, Centros de exhibición de flora y fauna, Centros de rescate de fauna silvestre, Centros agropecuarios y pesqueros, Centros industriales; Eventos artísticos, Convenciones / ferias no artesanales y congresos, Eventos deportivos, Eventos gastronómicos.
	2. Acervo cultural y popular	
	3. Realizaciones técnicas científicas	
	4. Acontecimientos programados	

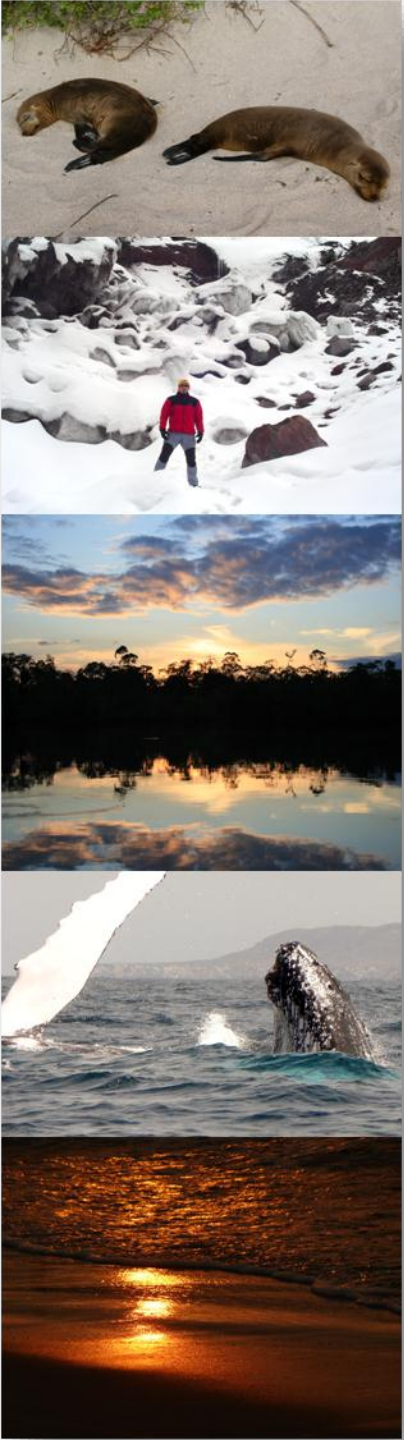
* Los subtipos en que se subdivide cada tipo están separados por un punto y coma (;) según el orden de los tipos. El detalle completo de la clasificación se puede ver en el (Anexo 1)

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2017)

Elaborado por: Vanessa Guerra

El Producto Turístico: definiciones y autores

1. Es todo bien material o inmaterial que puesto en el mercado viene a satisfacer la necesidad de un determinado visitante – turista.
2. Al bien material se lo denomina producto (gastronómico y artesanal), y al inmaterial servicio. (Kotler, P. 2010)
3. El producto es un paquete de características y beneficios que el cliente recibe al adquirir el producto: variedad, calidad, características, marca, servicios y garantía. (McCarthy, J. 1960)
4. Un producto turístico, es un conjunto de elementos tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, planta turística, infraestructura, y superestructura, diseñado para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística para el visitante – turista. (Fuentes, A. 2015)





El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del consumidor final, que es el turista.

Como en el momento de comprar un viaje o tour en su lugar de origen no puede ver el turista por adelantado lo que compró, con frecuencia se dice que el producto turístico es abstracto, pero esta percepción transitoria al inicio, se vuelve concreta al llegar al lugar o al hacer uso de los servicios que adquirió, en definitiva el producto turístico y su posicionamiento en la mente del consumidor, determinará en el mayor o menos motivación, para consumir ese producto que como consecuencia de la globalización, debe tener la característica de diferenciado y competitivo.

Elementos del Producto Turístico

1. **Atractivos Turísticos: sitios naturales y manifestaciones culturales;** ambas categorías agrupan a tipos y subtipos.
 - En la categoría de **SITIOS NATURALES** se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o Litorales, ambientes marinos y tierras insulares.
 - En la Categoría **MANIFESTACIONES CULTURALES** se reconocen los tipos: arquitectura, folklore, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados.



2. Planta Turística-Infraestructura Turística

Son los establecimientos administrados en forma estatal y privada, que se dedican a prestar servicios turísticos:

- **Alojamiento:** hoteles, cabañas, hostales, pensiones, villas, hosterías, entre otros.
- **Restauración (alimentación):** restaurantes, picanterías, comedores, mercados, comida rápida, entre otros.
- **Animación y/o Recreación (diversión):** night clubs, cines, centros comerciales, estadios, discotecas, bares, entre otros.
- **Transporte Turístico:** buses, bicicletas, aviones, canoas, ferris, globos, animales de transporte, entre otros.
- **Otros sitios:** Sistema Financiero, Cooperativas, Bancos, Casas de Cambio, Agencias de Viajes, centros de información turística.

Y se apoyan en dos elementos:

a) Equipamiento: Son todos los elementos de los cuáles no se puede prescindir dependiendo de la planta turística y el ecosistema en donde se encuentran.

b) Instalaciones: Son todos los elementos de los que se puede prescindir, pero de existir mejoran la calidad de la planta turística, dependiendo de su ubicación y calidad turística.

- De agua y playa
- De montaña
- Generales



3. Infraestructura Turística de Apoyo: Son los servicios adicionales o dotación de servicios básicos complementarios de la planta turística. Para que el sistema turístico pueda funcionar necesita de la infraestructura básica que no pertenece al sistema turístico pero que sin su existencia, no podría desarrollarse la actividad turística.

- **Transporte:** Terrestre, marítimo, fluvial, aéreo, férreo.
- **Corredores turísticos:** Carreteras, caminos.
- **Sanidad (salud):** Hospitales, clínicas, dispensarios, médicos.
- **Seguridad:** Policía, Bomberos, Defensa civil, 911.
- **Servicios básicos:** Agua, energía eléctrica, alcantarillado, comunicaciones (teléfono, fax, Internet)

4. Superestructura: Son las organizaciones que planifican, fomentan, norman, publicitan, regulan, capacitan y coordinan la actividad turística, a través de leyes y reglamentos.

Estatales:

- Ministerio de Turismo - Ministerio del Ambiente.

Privadas:

- ASECUT Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes Operadores de Turismo y Mayoristas
- ARLAE Asociación de Representantes de Líneas Aéreas del Ecuador
- ASOMATUR Asociación de Mayoristas de Turismo
- CAPTUR Cámara de Turismo de Pichincha
- ASEC Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo

ONG's organizaciones no gubernamentales

- Fundación Natura, Fundación Charles Darwin, Jatun-Sacha, Fundación Rumicocha, TNC (The Nature Conservancy), WWF (World Wild Foundation), O.M.T. Organización Mundial del Turismo, I.A.T.A. Asociación Internacional de Tráfico Aéreo, O.A.C.I. Organización de Aviación Civil Internacional.



Verified as meeting Rainforest Alliance sustainable tourism requirements



Destino Turístico

Espacio físico donde el visitante permanece y consume al menos una noche; incluye diversos tipos de productos, servicios y atractivos dentro de un radio de influencia de un día de ida y regreso. Tiene un límite físico y administrativo que define su administración.

Su imagen y percepción determina su competitividad en el mercado, se incluyen distintos grupos de interés, incluyendo la comunidad local.

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

"... la unidad base de gestión para las políticas turísticas" (Valls, F. 2000)

En esencia el destino es un sistema de relaciones, más que un conjunto de componentes (instalaciones y atractivos). Este modo de abordar el estudio de los destinos turísticos permite identificarlos no como una realidad preexistente (producto o territorio) sino como elementos relacionados que en su dinámica generan una imagen percibida por los visitantes. (Bigné, et al., 2001; 190).

Características de un Destino

- 1. Territorios Planificables:** poseer cierta capacidad administrativa y de gestión, esto significa que "además de unidades territoriales básicas, los destinos pueden abarcar una o varias naciones; una o varias regiones o estados..." (Valls, F. 2000)
- 2. Centralidad:** criterio que hace referencia a la capacidad del territorio para motivar el desplazamiento de personas hacia sí. (En este punto es de vital importancia el concepto de capacidad de carga)
- 3. Una oferta estructurada de atractivos:** resulta un sistema integrado de recursos o atractivos y empresas públicas y privadas orientadas a la satisfacción del turista-visitante. También puede entenderse como la puesta en valor del espacio turístico en un territorio(turístificación) y su ordenación de acuerdo a las necesidades de los potenciales clientes. (Fuentes, A. 2016)
- 4. Una marca integradora:** el destino debe estar representado en una imagen atractiva que represente a toda la oferta en él y facilite su identificación en diferentes mercados. (OMT 2011)
- 5. Una comercialización conjunta:** "resulta imprescindible (...) la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, articulada sobre una visión estratégica..." (Brakenbury, J. 2000)

Funciones de un Destino Turístico

1. Uso del espacio para producir
2. Uso del espacio para crear, compartir y enriquecerse culturalmente
3. Uso del espacio para actividades de ocio (deporte, diversión, turismo)
4. Exportar
5. Atraer capitales
6. Posicionarse como centro de acontecimientos internacionales
7. Ruptura de brechas en ciencia, tecnología, innovación
8. Atraer a turistas y visitantes
9. Rentabilidad económicas para sector público y privado
10. Rentabilidad social para los habitantes locales: trabajo, infraestructuras, instalaciones, etc.
11. Rentabilidad ambiental: revalorización del territorio y del patrimonio

(Valls, F. 2000)

Destinos Turísticos Regionales DTR's

El concepto de los Destinos Turísticos Regionales surge como una categoría de “macro-espacios” aplicable a la realidad geográfica y política de Ecuador, donde la especificidad de los destinos tradicionales, que se refieren a modalidades turísticas o tipologías específicas asociadas a una imagen, contrasta con la variedad de la oferta natural y cultural, altamente influenciada por las condiciones de cercanía, conectividad y escala que son atributos destacables del país.

Permiten una aproximación adecuada para emprender el ordenamiento turístico en el ámbito nacional, ya que vincula la realidad socio-ambiental de la presencia de los atractivos, con las relaciones funcionales y de gestión, así como de las jurisdicciones político-administrativas del régimen seccional autónomo y de las áreas protegidas.

Para el presente análisis del espacio turístico, se ha considerado preferentemente los factores de **accesibilidad** (centros turísticos y de distribución), así como los aspectos de **conectividad** (nodos y corredores turísticos),

Destinos Turísticos Regionales (DTR) y dos Distritos Metropolitanos

1. Sierra Norte
2. Sierra Centro
3. Austro
4. Costa Norte
5. Costa Centro
6. Costa Sur
7. Amazonia Norte
8. Amazonía Centro
9. Frontera Sur
10. Galápagos
11. Quito Distrito Metropolitano
12. Guayaquil Distrito Metropolitano

Como resultado del análisis para la identificación de unidades de espacio turístico, se ha determinado 10 destinos turísticos regionales; 59 nodos de conectividad (la mayor parte corresponde a los municipios descentralizados) y 35 corredores viales (terrestres, aéreos y acuáticos), priorizados según su grado de importancia y opciones de conectividad en el ámbito regional. Este planteamiento se complementa con la determinación de líneas de producto en las unidades del espacio turístico.

Fin de la Unidad 1