

09

Fecha de presentación: diciembre, 2019

Fecha de aceptación: enero, 2020

Fecha de publicación: marzo, 2020

ACERCAMIENTO CONCEPTUAL ACERCA DE LAS MODALIDADES DEL TURISMO Y SUS NUEVOS ENFOQUES

CONCEPTUAL ONCOMING ABOUT MODALITIES OF TOURISM AND ITS NEW APPROACHES

Tannia Elizabeth Huertas López¹

E-mail: thuertas@hotmail.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6670-7808>

Edison Antonio Pilco Segovia²

E-mail: edyps@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9582-0535>

Eliseo Suárez García³

E-mail: eliseo.suarez@umcc.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0515-3597>

Maile Salgado Cruz³

E-mail: maile.salgado@umcc.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0361-3668>

Bisleivys Jiménez Valero³

E-mail: bisleivys.jimenez@umcc.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4812-4558>

¹Universidad de la Fuerzas Armadas. Ecuador.

²Centro de Investigación y Desarrollo de la Fuerza Aérea Ecuatoriana. Ecuador.

³Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos" Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición):

Huertas López, T. E., Pilco Segovia, E. A., Suárez García, E., Salgado Cruz, M., & Jiménez Valero, B. (2020). Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques. *Universidad y Sociedad*, 12(2), 70-81.

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es determinar los tipos fundamentales de turismo existente, así como su relevancia para el Ecuador. Se empleó el método de análisis de contenido y analítico-sintético para identificar los puntos de vista de diversos autores sobre el tema. Desde las perspectivas del turismo sostenible, responsable y ético, se precisan los rasgos esenciales del turismo rural, el ecoturismo, el agroturismo, el turismo cultural, el turismo gastronómico, el turismo religioso, que configuran el amplio espectro de formas de desenvolver esta importante actividad en la actualidad.

Palabras clave:

Turismo, Enfoques del turismo, Tipos de turismo.

ABSTRACT

This paper is to specify different fundamental types of existing tourism, as well as its relevance to Ecuador. The method of content analysis and analytical-synthetic was used to clarify the points of view of various authors on the subject. From the perspectives of sustainable, responsible and ethical tourism, the essential features of rural tourism, ecotourism, agro tourism, cultural tourism, gastronomic tourism, religious tourism are specified, which are part of the broad spectrum of ways to develop this relevant activity today.

Keywords:

Tourism, Tourism Approaches, Types of tourism.

INTRODUCCIÓN

En la determinación de los propósitos, y objetivos para lograr una mejor identificación, el turismo puede ser clasificado de diferentes maneras de acuerdo con algunas de sus principales características. El turismo es una de las actividades más importantes para la economía del país por su gran dinamismo y capacidad de desarrollo.

En la actualidad, el turista está a la búsqueda de experiencias únicas, acorde a sus nuevos gustos, necesidades y preferencias, como lo son el interactuar con comunidades receptoras, el interrelacionarse con la naturaleza, realizar actividades de recreativas, búsqueda de emociones, adquirir nuevas experiencias, realizar actividades al aire libre, entre otras.

Lo que caracteriza a estos tipos de turismo es las poblaciones receptoras se involucran en las actividades y los beneficios económicos que se generan. Así mismo participan micro y pequeñas empresas, además de organizaciones locales.

Como se ha dicho: *“Debido a la reciente creación de infraestructura para el turismo y la posibilidad de contar con acceso relativamente fácil a distintos lugares del planeta, cada vez es más común llegar a sitios que, hasta hace poco, eran inalcanzables. En consecuencia, islas, volcanes, zonas arqueológicas distantes, glaciares y otros elementos del medio geográfico, antes inaccesibles, son visitados en forma ordinaria por millones de personas. En este contexto, cada país y cada región han debido encontrar un nicho que, a partir de sus ventajas comparativas, sirva de base para establecer planes de promoción de la actividad turística en sus propias demarcaciones”*. (Sánchez & Propín, 2010, p.166).

En el Ecuador se pueden encontrar todas las modalidades de turismo que se clasifica en esta investigación, dado que este es un país de cuatro regiones como son; la costa, sierra, oriente y Galápagos, con unas enormes variedades naturales, culturales y gastronómicas. Unido a ello, existe una política nacional que estimula y apoya a dicha actividad en el país (Ecuador. Ministerio del Turismo, 2017b), tanto para el turismo nacional como el internacional, dirigida a que se alcance un turista por cada habitante del país y que posee como pilares la seguridad, los destinos y productos, la calidad, la conectividad y la inversión. Todo ello fue destacado recientemente en la Gran Feria Turística del Ecuador. La relevancia de dicha actividad para el país se expresa en las estadísticas de crecimiento sostenido de la misma (Ecuador. Ministerio de Turismo, 2017ab). Lo anterior indica la significación de poseer una clara comprensión acerca de los tipos de

turismo y su inserción en las políticas de desarrollo de esta actividad.

La metodología empleada en el presente estudio se basa en el análisis de contenido desarrollado por diversos especialistas del sector turístico, que manifiesta la complejidad que supone establecer las categorías del turismo actuales dada la interrelación existente entre los destinos, los turistas y el sector empresarial.

Unido a ello, a través del procedimiento analítico-sintético se sistematizó e integró las características y rasgos esenciales que permiten distinguir y precisar la peculiaridad de los diversos tipos esenciales y prevalecientes de hacer turismo hoy en día.

DESARROLLO

Dicho sencillamente, el turismo sostenible puede definirse como aquel que tiene en consideración las consecuencias económicas, sociales y ambientales presentes y futuras del desarrollo de sus actividades, enfocándose en complacer las exigencias de los turistas, la industria, el planeta y las poblaciones residentes en estos lugares (Organización Mundial del Turismo, 2017).

Los lineamientos derivados del turismo sostenible, así como sus prácticas de manejo pueden ser utilizadas en cualquier contexto de prestación de servicios turísticos que exista, lo que es cierto tanto para los destinos que manejan volúmenes masivos de visitantes como para los que trabajan con segmentos exclusivos (Jenkins & Schroder, 2013).

La sostenibilidad es entendida primeramente como un requerimiento del medioambiente, pero también es aplicable a los criterios económicos y socioculturales derivados de la actividad turística, por lo que se persigue obtener un equilibrio armónico entre estos elementos para asegurar la viabilidad de las operaciones en el horizonte de largo plazo.

Por lo tanto, se asume que el turismo sostenible (Sustainable Tourism, 2017) implique:

- Emplear de forma consciente los recursos naturales que son atractivos turísticos y son indispensables para su progreso, respetando los procesos ecológicos necesarios para su conservación, preservando la biodiversidad y el acervo natural de las zonas explotadas.
- Respetar el patrimonio sociocultural de las poblaciones de acogida, preservar sus prácticas, tradiciones, idiosincrasia, favoreciendo y facilitando el entendimiento intercultural y la tolerancia.
- Realizar los esfuerzos necesarios para que las actividades económicas sean sostenibles en el largo plazo,

generando beneficios pecuniarios y de otro tipo a todos los grupos de interés que se vinculen con las operaciones turísticas, traduciéndose en empleo de buena calidad y posibilidades de producción de rentas y disfrute de beneficios sociales para las poblaciones de acogida, coadyuvando en la reducción de la pobreza.

El avance sostenible del turismo impone el concurso informado de todos los grupos de interés, así como un sólido liderazgo político que permita un importante involucramiento y la obtención de acuerdos estables. Para alcanzar una actividad turística que implique un aporte apreciable al desarrollo se debe procurar mantener dispositivos permanentes del control sobre los efectos derivados de su explotación sobre los monumentos naturales, e incorporar medidas que eviten estos daños (Sustainable Tourism, 2017).

El turismo sostenible igualmente se espera que llene las expectativas y complazca a los visitantes, asegurando una experiencia inolvidable para los turistas, creando conciencia con respecto a la importancia de la sostenibilidad, promocionando modalidades de turismo que consideren al medioambiente (The Tourism Society, 2017).

Turismo responsable

El turismo responsable incluye muchas de las implicaciones del turismo sostenible, no obstante, el abuso de la palabra sostenibilidad a veces dificulta su verdadera comprensión, turismo responsable ha sido adoptado como un término usado por la industria (Jenkins & Schroder, 2013).

El turismo responsable se entiende como cualquier modalidad de turismo que implique una explotación del mismo más responsablemente. En este contexto, el turismo responsable es el turismo, que reduce los efectos sociales, económicos y ambientales nocivos de la actividad turística, incrementando los ingresos económicos de las comunidades de acogida (Organización Mundial del Turismo, 2017).

Asimismo, este tipo de turismo impacta positivamente la calidad de vida de las poblaciones locales, afectando favorablemente en la calidad y estabilidad de los empleos y la prosperidad de la industria, involucrando a las comunidades de acogida en los debates que afectan directa e indirectamente sus oportunidades, lo cual implicará aportes favorables a la conservación de la diversidad biológica del patrimonio natural y cultural radicado en ellas, proporcionando vivencias excitantes para los visitantes a través de vínculos enriquecedores con las personas que allí viven.

Igualmente aporta una elevación de la conciencia sobre aspectos de interés cultural, social y ambiental a nivel local, suministrando posibilidad de incorporación de las personas con discapacidad física, demostrando sensibilidad cultural, fomentando las relaciones cordiales entre turistas y anfitriones, edificando el sentido de pertenencia local y la confianza (Sustainable Tourism, 2017).

Turismo ético

El Código Ético Mundial para el Turismo (CEMT) es el marco normativo de referencia elemental cuando se discute sobre turismo responsable y sostenible. Lo constituyen un grupo completo de principios orientados a conducir a los agentes más destacados en el desarrollo del turismo.

El turismo ético obliga moralmente a gobiernos, al sector de la recreación, las poblaciones y los visitantes, exhibiendo el propósito de apoyar la obtención de beneficios mayores para el sector, llevando al mínimo posible sus efectos potencialmente negativos para el medio ambiente, el acervo cultural y las sociedades en todo el planeta.

Este código fue aprobado en 1999 por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (Organización Mundial del Turismo, 2017), su adhesión se materializó dos años después en las Naciones Unidas, donde se alentó expresamente a la OMT a avocarse al monitoreo efectivo de sus normas.

El código en sí no es legalmente obligatorio, pero se configuró bajo un mecanismo de adhesión voluntaria por medio de la investidura del Comité Mundial de Ética del Turismo (CMET) como instancia de seguimiento, al cual los firmantes pueden llevar sus consultas sobre las cuestiones vinculadas a la implementación e interpretación del documento.

El Código está estructurado sobre la base de 10 principios básicos que incluyen todos los componentes de la actividad turística y sus repercusiones económicas, sociales, culturales y ambientales, tales como (Sustainable Tourism, 2017):

- El papel del turismo como actividad integradora y propiciadora del entendimiento y respeto recíproco entre los seres humanos.
- El turismo como mecanismo de crecimiento personal y comunitario.
- El turismo como motor del desarrollo sostenible.
- El turismo como elemento necesario para la preservación del acervo cultural del mundo y participante en su mejoramiento.

- El turismo como industria generadora de progreso para las naciones y poblaciones locales.
- Los deberes de los actores del desarrollo turístico.
- El derecho al turismo.
- La libertad de movimientos turísticos.
- Los derechos de la masa laboral y los emprendedores de la industria turística.
- La forma en la que se implementan las normas contenidas en el Código Ético Mundial para el Turismo.

A partir de estos enfoques, acerquémonos a las distintas modalidades o tipos fundamentales de desenvolver la actividad turística. Una idea que viene siendo empleada desde hace mucho tiempo es usar el término “rural” para describir áreas que no son “urbanas”. Es así que una definición basada en datos estadísticos y geográficos disponibles, tiene por lo menos el mérito de ser simple de entender (Vanslebrouck & Van Huylenbroeck, 2005).

Sin embargo, el término “rural” abarca muchos significados. El concepto de la ruralidad tiene muchas expresiones, a menudo específicas a la localización. En el debate público, lo “rural” está principalmente asociado con transitoriedad y lejanía. La ruralidad es donde van los turistas para descubrir la antítesis de la ciudad de la que anhelan escapar (Sidali, Spiller & Schulze, 2011).

Tres puntos principales parecen dominar el debate más amplio sobre la ruralidad: la densidad poblacional y el tamaño de los asentamientos, el uso de la tierra y su predominio por la agricultura y la explotación forestal, las estructuras sociales “tradicionales” y los problemas de identidad de esos individuos (Naghui, Vázquez & Georgiev, 2005).

El segundo punto es muy interesante en el marco del enfoque de este trabajo. La agricultura y la explotación forestal parecen estar inherentemente vinculadas a la ruralidad e indirectamente al turismo rural. Un aspecto importante que falta en estas definiciones es una conciencia de que tanto lo rural como lo urbano son dos diferentes aspectos de la civilización. Por lo tanto, lo rural no debe ser visto como el opuesto de lo urbano, pero ambos tienen que definirse en relación con lo opuesto a la civilización, o la “selva”.

En la naturaleza “pura” no hay gente. La naturaleza “pura” puede definirse como naturaleza no afectada por el hombre, la historia o la sociedad. Este no es el caso de las zonas rurales, que sí tienen presencia del hombre. Lo rural no puede ser concebido, ni experimentado, ni construido, sin la presencia del hombre (Sidali, et al., 2011).

De hecho, el ámbito rural es el lugar donde se encuentra la coproducción del hombre y la naturaleza, mientras que lo urbano es el espacio donde se detiene la coproducción del hombre y la naturaleza. En consecuencia, la ruralidad es tanto el resultado como la expresión de esta coproducción, o la interacción entre el hombre y la naturaleza viviente, y puede definirse como el proceso de producción en el que la “naturaleza” se convierte en bienes y servicios para el consumo humano (Vanslebrouck & Van Huylenbroeck, 2005).

La agricultura es claramente una de las formas de dicha coproducción, pero no la única. En términos más generales, la coproducción combina la noción de producción y consumo. La agricultura no sólo produce ruralidad, sino que también la consume. La ruralidad está igualmente presente en la población del campo, en el agroturismo, en la caza y la pesca, y en el consumo de productos agrícolas específicos de la región.

Cuando se afirma que el consumo es inherente a la ruralidad significa que el consumo de la ruralidad sólo es posible si la ruralidad es también producida activamente. Es aquí donde se aprecia el papel más general de la agricultura. La ruralidad es un interés de la sociedad en su conjunto y se manifiestan con más fuerza a medida que las ciudades crecen y se urbanizan (Naghui, et al., 2005).

De este modo, una definición de turismo en las zonas rurales podría basarse en dos criterios básicos: el tamaño y la densidad poblacional de esas áreas y la oferta de alojamiento turístico de cada localidad. Típicamente, las zonas rurales tienen bajas densidades poblacionales.

Igualmente, las zonas edificadas están ocupadas en las áreas cultivadas o de explotación forestal por instalaciones de producción agraria, de resto domina la naturaleza. Para los visitantes, las áreas dan una impresión de espacio, y de un espacio tradicionalmente no urbano, ni industrial. La economía rural está fuertemente influenciada por el mercado de productos extranjeros. Este carácter específico, combinado con los valores escénicos y las oportunidades recreativas del campo, atrae a gente de áreas urbanas.

A partir de allí se retoma el concepto de turismo rural. El turismo rural consiste en desplazarse y permanecer en las zonas rurales. Una variedad de términos son turismo rural, turismo alternativo, ecoturismo y varios otros que tienen diferentes significados de un país a otro, y también de un usuario a otro. En general, estas formas de turismo, de acuerdo a Vanslebrouck & Van Huylenbroeck (2005), tienen los siguientes aspectos en común:

- Estar ubicados en zonas rurales; y ser funcionalmente rural, construido sobre las características especiales del mundo rural.
- Organizarse en pequeñas empresas, en espacios abiertos, en contacto con la naturaleza, el mundo natural, el patrimonio natural, las sociedades y prácticas “tradicionales”.
- Participación en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la gente.
- Proporcionar un contacto personalizado.
- Ser de escala rural, tanto en términos de edificios como de asentamientos, por lo tanto, generalmente a pequeña escala.
- Ser de carácter tradicional, creciendo lentamente y orgánicamente, conectados con las familias locales.
- Ser sostenible, en el sentido de que su desarrollo debería ayudar a sostener el carácter rural especial de una zona, y en el sentido de que su desarrollo debe ser sustentable en el uso de los recursos.
- Ser de muchos tipos diferentes, lo que representa el patrón complejo del medio ambiente, la economía y su historia.
- Beneficiar a la comunidad rural con un alto porcentaje de sus ingresos.

En este trabajo, hay un especial interés en el concepto de turismo rural se refiere a la provisión de alojamiento temporal o instalaciones recreativas directas e indirectas en una granja en funcionamiento.

Sin embargo, el término de turismo rural se aplica de maneras prácticas en otras modalidades como el agroturismo o el turismo agrícola, el ecoturismo, entre otros, todas ellas como formas de turismo que está explícitamente relacionadas con el ambiente agrario.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), ecoturismo se refiere a formas de turismo basadas en la naturaleza, en la que la principal motivación de los turistas es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales que predominan en las áreas naturales (Organización Mundial del Turismo, 2017).

Contiene características educativas y de interpretación, por lo que es generalmente, pero no exclusivamente, organizada por operadores turísticos especializados para grupos pequeños. En esta modalidad, los socios proveedores de servicios en los destinos suelen ser empresas pequeñas, de propiedad local.

Este tipo de turismo disminuye a su mínima expresión los efectos contraproducentes sobre el medio ambiente natural y la sociedad y su cultura. Es compatible con la

conservación de las áreas naturales que se utilizan como atracciones ecoturísticas, ya que suscitan ingresos pecuniarios para las poblaciones receptoras del turismo, organizaciones y autoridades que manejan áreas naturales con propósito de preservación (Aguiló-Pérez & Matos da Silva, 2015).

Igualmente, genera puestos de trabajo e ingresos alternativos para las personas de la localidad; aumentando la creación de conciencia con relación a los valores naturales y culturales, tanto entre los locales y los turistas (Pechlaner & Smeral, 2015).

La OMT ha constituido una referencia obligada con respecto al ecoturismo desde principios de 1990 y ha promovido una serie de lineamientos que se enfocan en el sólido vínculo entre las zonas protegidas y el turismo, con el fin de garantizar que el turismo aporte a los objetivos de las áreas protegidas, y no vaya en detrimento del disfrute de ellos.

En el marco del declarado por la ONU Año Internacional del Ecoturismo 2002, la OMT ejecutó una gran cantidad de eventos, como la realización de conferencias regionales y la Cumbre Mundial del Ecoturismo, de la cual se originaron sendos lineamientos y metodologías para la promoción del ecoturismo y de los estudios de mercado, así como apoyo a las actividades regionales y nacionales (Organización Mundial del Turismo, 2017).

En ese momento, por solicitud de la Asamblea General de las Naciones Unidas, la Organización Mundial del Turismo redactó un documento con relación a las actividades ejecutadas por las naciones y las más connotadas organizaciones internacionales para celebrar el Año Internacional del Ecoturismo.

Asimismo, la OMT también preparó una serie de informes de mercado para aumentar el conocimiento de los siete países considerados “importantes mercados emisores Ecoturismo”, dando como resultado la resolución de la Asamblea General de la ONU (AGNU) titulada “Promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente” (Organización Mundial del Turismo, 2017).

En 2012, la Segunda Comisión (Asuntos Económicos y Financieros) adoptó la resolución A/C.2/67/L.30/Rev.1 sobre la “Promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente” (Organización Mundial del Turismo, 2017).

Este documento, auspiciado por Marruecos y apoyado sólidamente por ciento cinco delegaciones, está sustentada en las sugerencias reflejadas en el informe elaborado por la OMT sobre la base de las respuestas de los

cuarenta y ocho estados miembros que, contrario a su práctica habitual, fue recibida por la ONU en Asamblea general.

Este informe tiene su origen en una decisión de la ONU de 2010 con relación a esta misma problemática y expresa la evolución ulterior, a saber, que se haya incluido por primera oportunidad al turismo en el papel de trabajo final de la Conferencia de la ONU sobre el Desarrollo Sostenible y las conclusiones de la décima primera reunión de la Conferencia de las Partes en el Convenio sobre la Diversidad Biológica.

Reconociendo que el ecoturismo, en el marco de un turismo sostenible, es una actividad transversal capaz de promover la creación de empleo y la educación, la resolución pone de relieve su potencial para mejorar los medios de vida de las comunidades locales, la obtención de los objetivos de desarrollo del Milenio (ODM), así como aportar al desarrollo sostenible y la protección de la biodiversidad mediante el fomento de las comunidades y los turistas para preservar el patrimonio natural y cultural (The Tourism Society, 2017).

El texto también subraya la importancia de establecer políticas e inversiones nacionales para la promoción del ecoturismo, y alienta a los gobiernos a usarlo como una herramienta para el alivio de la pobreza y la protección del medio ambiente. Se hace un llamamiento a las instituciones financieras internacionales y el sistema de las Naciones Unidas para proporcionar un apoyo adecuado a los programas relacionados con el ecoturismo y en un fortalecimiento de las asociaciones para proporcionar suficiente de la capacidad y formación para las personas involucradas en el sector.

En 2014, se emite una resolución inédita que reconoce la contribución del turismo sostenible a la erradicación de la pobreza, el desarrollo comunitario y la protección de la biodiversidad, que fue adoptada por consenso por la Asamblea General de las Naciones Unidas.

La resolución, constituye una promoción al turismo sostenible, incluyendo el ecoturismo, para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente, lo cual es un paso significativamente más grande que los anteriores sobre el tema, se basa en resolución 2012 de la ONU sobre el ecoturismo y se basa en un informe elaborado por la OMT.

En línea con las recomendaciones de la OMT, el documento subraya la importancia de las políticas, directrices y regulaciones para la promoción del turismo sostenible,

incluyendo el ecoturismo nacional, y alienta a los estados Miembros de la ONU y las instituciones financieras regionales e internacionales para apoyar proyectos de turismo sostenible, permitiendo la generación de pequeñas y medianas empresas, el incentivo a las cooperativas y lograr un mejor el acceso a los servicios financieros inclusivos, incluidas el impulso a los microcrédito para las poblaciones económicamente deprimidas, indígenas y locales (Sustainable Tourism, 2017).

La provisión de alojamiento en un medio ambiente, donde el desarrollo de la empresa turística ha reemplazado la función de producción de alimentos, de manera que la prevalencia de unidad de producción agrícola no está presente (Naghiu, et al., 2005).

La agricultura puede clasificarse como teniendo dos sub-productos de oferta, que si bien pueden estar separados permanecen vinculados con respecto al turismo rural. El primero de ellos son los productos directos, que implica la venta de mercancía agrícola, no solo alimentos para el mercado local, sino también el alojamiento y otras actividades recreativas (Sidali, et al., 2011).

El segundo, que es un resultado indirecto, tiene que ver con la preservación y el cultivo del paisaje, que actúa como telón de fondo o recurso turístico. En este sentido, se producen externalidades positivas, resultando en paisajes atractivos, lo que repercute en las posibilidades de captar visitantes, incrementando la demanda de turismo rural (Vanslembrouck & Van Huylenbroeck, 2005).

El turismo y la agricultura tienen el potencial de trabajar juntos generando bienes agrícolas y con el embellecimiento de los paisajes que hagan más atractivos los destinos rurales para los visitantes. Las mejoras en el sistema de transporte pueden aportar no solo mayor facilidad de acceso a los mercados potenciales, sino que también permiten a los turistas viajar y apreciar los paisajes agrícolas de forma simultánea (Sidali, et al., 2011).

La promoción turística puede estimular la demanda de productos agrícolas, y a la vez puede aprovechar las bondades del paisaje regional, conduciendo a un crecimiento en el turismo rural, que se ve retroalimentado positivamente de ambas actividades con el uso de los mismos recursos (Naghiu, et al., 2005).

Está claro que la producción de externalidades positivas de la agricultura puede generar a los agricultores, beneficios adicionales mediante el turismo rural. Sin embargo, hay que hacer algunas observaciones. La diversificación en el turismo rural se presenta a veces como una

panacea potencial para los males de la agricultura actual. En primer lugar, debe quedar claro que el turismo rural no es posible para todos los agricultores.

La diversificación del turismo rural sólo es posible en un número limitado de explotaciones. Un estudio holandés sobre la oferta de agroturismo en Países Bajos afirma que aproximadamente el 2% de las explotaciones tiene potencial para el agroturismo. Este porcentaje será ligeramente superior en el norte de Europa (hasta un 20% en Suecia), sobre la base de las cifras ya medidas en los años ochenta. En 1997, alrededor del 10% de las explotaciones dadas estaban ocupadas por modalidades de turismo agrícola (Vanslebrouck & Van Huylenbroeck, 2005).

En segundo lugar, la evidencia empírica no es tan optimista tampoco, ya que los resultados financieros de estos proyectos son positivos (Vanslebrouck & Van Huylenbroeck, 2005), pero aún más bajos que los rendimientos obtenidos por la agricultura tradicional. Un estudio sobre el turismo rural en el sur de Alemania indica que el turismo agrícola ofrece sólo un pequeño ingreso secundario, en parte debido a limitaciones legales.

También los análisis empíricos del apoyo a las pequeñas empresas de turismo en las zonas rurales de Israel, muestra que el impacto del turismo rural es controvertido y no siempre obvio. Otros estudios muestran que el turismo agrícola es un buen negocio y que una importante contribución a la economía local.

Otro trabajo en una región montañosa en Escocia, ilustra el posible impacto de diferentes tipos de turismo rural, que depende en gran medida de las características particulares de la región. Sus resultados indican que el turismo a pequeña escala puede ser relativamente importante para la economía local en su conjunto, pero no se refiere al impacto en los ingresos de los agricultores (Naghiu, et al., 2005).

Un panorama más amplio del turismo agrícola y su lugar en diferentes países concluye que el turismo agrícola no es claramente un buen negocio en todos los casos. Otra observación que hay que hacer aquí, es que también hay conflictos asociados con el turismo rural, que pueden tener un efecto inverso en la agricultura.

La naturaleza de estos conflictos ha sido categorizada como económica, medioambiental y social. Su carácter estacional y vulnerabilidad al mal estado del tiempo, la recesión, la mala prensa, entre otros inconvenientes, puede dar lugar a una fuente inestable de ingresos.

Los efectos medioambientales tienen que ver principalmente con la degradación ambiental, como, entre otros, la contaminación del agua, la erosión de senderos, etc.

Pueden surgir impactos sociales cuando el turismo rural provoca cambios en los sistemas de valores y el comportamiento de los habitantes, amenazando así la identidad indígena (Panosso & Gidoi, 2015).

La aparición del turismo cultural en la práctica investigativa como un objeto de estudio que se remonta a principios del siglo XX, pero sólo en 2002, el Consejo Internacional de Monumentos Culturales e Históricos publicó una definición formal del mismo que proporciona una guía importante sobre su propósito (Montana Vidin Dolj, 2017).

De esta manera, el turismo cultural y cultural-cognitivo en realidad es esta forma de turismo, que se centra en el entorno cultural, que a su vez pueden incluir lugares culturales e históricos de un destino o el patrimonio histórico-cultural, los valores y estilo de vida de los locales de población, las artes, la artesanía, las tradiciones y costumbres de la población local.

Además, las rutas culturales y cognitivas suelen contar con la visita o la participación en presentaciones culturales y eventos, la concurrencia a museos, conciertos, exhibiciones, galerías, etc. El turismo cultural es conceptualizado por la Organización Mundial del Turismo como desplazamientos, que tienen como fin principal o adicional visitar los sitios y eventos que tienen una valía cultural e histórico, ya que ostentan a su vez el mérito de ser patrimonio cultural de una comunidad (Aguiló-Pérez & Matos da Silva, 2015).

Una característica importante del turismo cultural según esta definición es la suposición de la visita a los sitios y eventos culturales e históricos, relacionados con el patrimonio cultural no es necesariamente el principal motivo para el viaje. En este contexto, el turismo histórico-cultural rara vez se implementa en una mirada "limpia" y más a menudo se combina con otros tipos tradicionales y especializadas de turismo.

Esta característica sustancial revela oportunidades para mejorar la eficacia del turismo nacional y regional a través del desarrollo del turismo cultural-histórica, mediante la absorción e integración de los recursos culturales e históricos en el producto turístico regional y el desarrollo en esta base de una marca turística regional (Montana Vidin Dolj, 2017).

La categoría clave en esta definición es el concepto de "patrimonio cultural", que incluye el patrimonio mueble e inmueble intangible y tangible como un conjunto de valores culturales que son portadores de la memoria histórica, la identidad nacional y tienen valor científico o cultural.

Desde la perspectiva del desarrollo del turismo cultural, la cobertura significativa del concepto de patrimonio cultural

determina la aplicación de un enfoque integrado, excepto en lo referente a los monumentos arqueológicos e históricos tradicionales que incluyen la arquitectura, el arte y el patrimonio etnográfico, la infraestructura del museo y el paisaje cultural y la adquisición en los últimos tiempos una importancia particular de la herencia religiosa como iglesias y templos de otras religiones cristianas (Montana Vidin Dolj, 2017).

El turismo cultural incluye además de toda la visita de sitios históricos y lugares de interés, proporcionando la oportunidad para el disfrute de los últimos logros humanos. Como parte del turismo interno, visitando esos lugares es un objeto de admiración, orgullo nacional y el redescubrimiento de los logros de nuestros antepasados.

El turismo cultural es un instrumento para el desarrollo económico que logra el crecimiento económico mediante la atracción de visitantes fuera de la comunidad huésped, que están motivados general o parcialmente por un interés en el contexto histórico, artístico, científico o aspectos del estilo de vida y las tradiciones, realidad y hechos de una comunidad, región, grupo o institución.

Tal recorrido se centra en la sensación del ambiente cultural, incluyendo paisajes, las artes visuales y escénicas, estilos de vida, valores, tradiciones y eventos. El turismo está buscando maneras de crear "productos turísticos comercializables", así como un ambiente de trabajo y de vida.

El turismo cultural-cognitivo es una interacción entre los componentes culturales, étnicos e históricos de la sociedad o del lugar para ser utilizados como recursos para atraer a los turistas y el desarrollo del turismo.

El desarrollo y suministro del patrimonio histórico-cultural adicionado a un paquete atractivo para el consumo turístico, debe equilibrarse con la responsabilidad y la seriedad necesaria contra la historia y los valores nacionales. La naturaleza global del turismo crea una serie de retos para muchas comunidades.

Con la creciente unificación de la arquitectura de los hoteles, cadenas de restaurantes, mobiliario urbano y otros, las comunidades necesitan preservar la identidad local y al mismo tiempo cumplir con las expectativas de los turistas en términos de calidad y cumplimiento de las normas.

Es importante no hacer compromiso con la preservación de los valores culturales y balancear las necesidades socio-culturales y los beneficios económicos en su justa medida. De hecho, la cultura puede estar representada por dos círculos concéntricos; el círculo interno, lo que representa el centro cultural, es decir, elementos más tradicionales o básicos de la cultura, entendida como lo que

las personas hacen o producen como cultura (Montana Vidin Dolj, 2017).

Luego, el círculo exterior que representa el modo o el estilo de vida de la población en un lugar determinado. El círculo interno representa los elementos principales del turismo cultural, que se puede dividir en dos partes, es decir, el turismo del patrimonio artístico (bienes culturales relacionados con los productos del pasado) y el turismo técnico (relacionada con la producción cultural contemporánea como la presentación de las ratas visuales, la arquitectura moderna, la literatura y otros).

El círculo exterior representa los elementos secundarios del turismo cultural, que se pueden dividir en dos categorías: el estilo de vida (elementos tales como creencias, gastronomía, tradiciones, folklore y otros) y el sector de la creatividad (moda, diseño, web y diseño gráfico, el cine, medios y entretenimiento y otros).

En muchos países los dos círculos tienden a reunirse para formar una única oferta cultural en el que los dos aspectos son mutuamente complementarios. Sobre la base de la definición propuesta anteriormente, hay subcategorías de turismo cultural (Aguiló-Pérez & Matos da Silva, 2015), que son capaces de contribuir a la determinación de las tendencias y características de los segmentos de mercado más importantes basadas en motivaciones y comportamientos, así como las actividades turísticas ejercidas como: el turismo patrimonial, de arte, el creativo, cultural urbano, cultural rural, cultural local y el cultural contemporáneo.

En este sentido, un papel especial tiene los vínculos de integración entre el patrimonio cultural y el turismo para configurar el territorio histórico: la parte de la superficie de la tierra, independientemente de su ámbito territorial o la homogeneidad topográfica que tiene coherencia cultural e histórica en general y de la identidad, incluidos los nexos de unión con el pasado, que son notables por su interés histórico, arqueológico, artístico, científico, social o técnico.

Es decir, estas concentraciones de los valores culturales conforman el elemento integrador de la cultura y el turismo. La zona histórica representa un entorno de cultivo completo, que abarca al conjunto de los valores, paisajes culturales, ciudades históricas, rutas culturales, entornos naturales valiosos y paisajes típicos (en el sentido de la Convención Europea del Paisaje).

Este entorno cultural no puede ser limitado territorialmente, su área territorial depende de la lógica de los procesos culturales e históricos de nivel local, regional, nacional o internacional pertinente.

En este sentido, sobre la base de estos datos iniciales, es evidente la presencia no sólo en la teoría y sino en la práctica también, de suficiente volumen y calidad de la información científica y una razón para la identificación y diferenciación de las principales características que definen el turismo cultural, es decir, en el ámbito internacional.

Entre estas características está el turismo auto motivado, cuyo lugar en el esquema de clasificación básica del turismo puede ser determinado de acuerdo con el signo o los motivos y objetivos de la visita (Aguiló-Pérez & Matos da Silva, 2015).

El turismo que es motivado por la realización de viajes y residenciarse temporalmente fuera del lugar de origen de los turistas, con los objetivos y propósitos establecidos por las necesidades espirituales específicas dominantes.

El consumo de bienes materiales y espirituales (respectivos productos turísticos especializados) en la visita de lugares y sitios con la determinación de contexto histórico-cultural de la oferta turística.

El agregado de todas las organizaciones, instituciones e individuos que proporcionan información especializada, el transporte, el comercio y otro tipo de servicios, recepción, alojamiento, comidas y acompañantes de los turistas (Montana Vidin Dolj, 2017).

Importa también el nicho específico de la demanda turística y la parte independiente de la industria del turismo moderno, principales factores que se están diferenciando en el desarrollo del turismo cultural se pueden dividir en los siguientes títulos: carácter específico de las necesidades turísticas y valores turísticos.

En el turismo cultural, el turista satisface ciertas necesidades que son de naturaleza objetiva y se producen en una determinada fase de desarrollo socio-económico de la sociedad, que corresponden a los cambios de estilo de vida ocurrido. Pueden definirse como un conjunto de requisitos destinados a restaurar y mejorar la personalidad humana a través de la ruta turística.

En cuanto a los valores culturales, éstos son un pre-requisito específico para el desarrollo del turismo cultural. En su esencia, son un conjunto de objetos y fenómenos cuyos efectos cognitivos y emocionales están destinados a satisfacer las necesidades culturales de interés turístico.

Los valores culturales se pueden agrupar en tres categorías: los monumentos culturales e históricos y sitios arqueológicos, monumentos y complejos arquitectónicos, monasterios e iglesias, monumentos etnográficos y museos y otros. La segunda categoría son las obras de arte, muebles, corporales, culturales, que constituyen valores,

como una colección de objetos de arte, obras de pintura, escultura, artesanía popular, bordados, trajes, objetos de culto, obras maestras del cine y la literatura (Organización Mundial del Turismo, 2017).

La tercera categoría son los eventos periódicos y episódicos: festivales, espectáculos, congresos, ferias, celebraciones y más. La influencia sobre la viabilidad a largo plazo de los valores culturales ejerce sobre su tamaño, la singularidad, la gestión, la capacidad de retener el interés de los turistas, la competencia y otros.

La presencia de los valores culturales, sin embargo, no constituye el motivo de un viaje. Ellos necesitan estar involucrados en el movimiento económico, la oferta del mercado del turismo cultural como parte del producto turístico. El turismo cultural se caracteriza por un producto turístico específico que se define como un conjunto (paquete) de bienes materiales y servicios que se ofrecen a los turistas culturalmente motivados, sobre el precio total desde el momento en que salieron de su casa hasta que regresen a casa. Tiene el propósito de satisfacer las necesidades de los turistas culturales (Montana Vidin Dolj, 2017).

Al salir de la naturaleza concreta del turismo cultural, el análisis de los elementos individuales muestra que los festivales como oferta turística, pueden ser una herramienta muy fiable no sólo para la comprensión mutua y la cooperación entre los pueblos, sino para el crecimiento socio-económico de las regiones también.

Debido a sus características específicas, los festivales crean un entorno natural y el despliegue de diversas iniciativas empresariales relacionadas con la publicidad, el marketing, la grabación, la producción de productos de audio y vídeo, varios tipos de servicios, y esto es una buena base para el desarrollo de la promoción del turismo de pequeñas y medianas empresas en el suelo de un cambio en el perfil socio-económico general de la región de mejora de la calidad y la vida.

Los museos en todo el mundo son los principales lugares turísticos culturales. En las grandes ciudades, junto con los museos tradicionales, como el Museo Nacional de Historia, la Galería Nacional de Arte y otros, su lugar es ocupado por los museos más pequeños con temas específicos como: los museos de historia militar, museos de historia de la música, arte, artes y artesanías, aviación, diferentes tipos de industrias, deportivos, banderas, de los individuos y otros. Y cualquier museo específico puede atraer a un grupo objetivo específico (Aguiló-Pérez & Matos da Silva, 2015).

Las visitas a sitios culturales e históricos están influenciadas por muchos factores, entre ellos: las peculiaridades de los intereses de los turistas; el grado de su propio conocimiento general y nivel educativo; conocimiento preliminar sobre el país o partes de él, así como su patrimonio cultural e histórico; oportunidades financieras; percepciones psicológicas de su religión; costumbres y modo de vida, etc.

Gran importancia es el grado de terminación de la infraestructura alrededor de los sitios culturales e históricos inmuebles y sus servicios públicos. Todos estos factores están directamente relacionados con el término de “atractivo turístico” de los sitios y destinos.

El “atractivo turístico” ostenta gran importancia con respecto al objeto o el destino, el estado del medio ambiente, la protección de este entorno y la infraestructura de la disponibilidad (Montana Vidin Dolj, 2017). Es obvio que con todas las actividades asociadas con la estimulación intensa del desarrollo del turismo cultural deben tenerse en cuenta muchos otros factores.

Entre estos factores, se pueden referir los de destino en sí; los relacionados con regiones y países que generan la demanda de turismo, los que proporcionan el enlace entre las zonas genéticas y destino y los relacionados con el gran número de sustitutos desde la perspectiva de los turistas que compiten por destinos.

Entre los otros factores que contribuyen al desarrollo del turismo cultural se encuentran el cambio en la conciencia de la importancia del patrimonio cultural, el ingreso y la duración de ocio. Esta forma de turismo es uno de los más populares como salidas breves de los visitantes: la “escapada de la ciudad” de fin de semana o una combinación de las vacaciones tradicionales a orilla del mar y la montaña con excursiones de un día a los sitios culturales e históricos interesantes.

Las preferencias entusiastas de la comida y el vino que disfrutan de explorar nuevos destinos, ya que se puede disfrutar de lo mejor de ambos mundos (viajes con comida), adquiriendo un paquete de viaje de turismo gastronómico (Karimi, 2017).

Este tipo de paquetes está compuesto de rutas gastronómicas, eventos de comida y bebidas, las competiciones de comida, ofreciendo a los viajeros la oportunidad de visitar un nuevo destino y probar la cocina local o regional (Organización Mundial del Turismo, 2017). Si el viaje implica una oportunidad de aprender nuevas técnicas de cocina o alimentos y asistir a catas de vino, una aventura culinaria puede ser un cambio de itinerario de la experiencia convencional (Sidali, et al., 2011).

Como una tendencia emergente de viajes, el turismo gastronómico llegó a ser prominente en 2001 cuando Erik Wolf, Presidente de la Asociación Internacional de Turismo Culinario (ICTA), presentó un libro blanco sobre el turismo gastronómico a su organización (Karimi, 2017). El documento se convirtió en un libro que registra el creciente interés en la comida y el turismo del vino y cómo las solicitudes de viajes culinarios cómo hacer que los negocios locales y propietarios de restaurantes puedan satisfacer la creciente demanda.

El objetivo de turismo gastronómico es educar e inspirar a los aficionados de la comida y el vino, al tiempo que el viajero tenga la oportunidad de explorar el área local y aprender sobre las tendencias locales de alimentos, técnicas de cocina y la historia de los alimentos.

Los viajeros pueden hacerlo participando en una experiencia de inmersión cultural en selectos destinos de todo el mundo. Los tours culinarios o de viajes pueden incluir una amplia gama de actividades relacionadas con la cocina, la toma de muestras de alimentos, tendencias de los alimentos, la elaboración del vino y el hornear.

Además de estadías que incluyan la visita a restaurante en diferentes ciudades, eventos gastronómicos y concursos de cocina. El turismo gastronómico abarca experiencias culinarias, tales como las excusiones a bodegas y fábricas de cerveza, visitas a restaurantes y plantas de fabricación de alimentos, conferencias y eventos con los profesionales de la cocina y los autores de libros de cocina y degustaciones de comida étnica.

Los viajeros interesados en la comida, las catas de vino y cerveza, cocinar, hornear, desean en muchos casos aprender sobre la historia de ciertos alimentos, teniendo la opción de elegir entre una variedad de paquetes de turísticos culinarios en reconocidos destinos y sitios de todo el mundo.

Muchos destinos ofrecen tours culinarios y experiencias gastronómicas especializadas, donde los viajeros que visitan varios restaurantes, cafés y bares, se reúnen con los chefs y participan en seminarios o eventos de comida, institutos culinarios y escuelas de formación para cocineros.

De acuerdo con la Asociación Internacional de Turismo Culinario, el turismo gastronómico está creciendo exponencialmente cada año (Aguiló-Pérez & Matos da Silva, 2015). Con el constante incremento en el interés de los canales de comida, espectáculos de cocina local y regional, documentales de alimentos y programas de viajes en línea culinarios, más consumidores están viajando a

varios destinos para disfrutar de una nueva experiencia de comida y el vino viajar.

Los consumidores interesados en reservar un tour culinario o vacaciones culinarias pueden trabajar con un agente de viajes que se especializa en viajes de esta especialidad. También recurren a Internet para investigar las escuelas de cocina local y paquetes de vacaciones para cocinar en su destino preferido.

Las agencias de viajes y los operadores especializados en turismo culinario pueden ofrecer consejos y recomendaciones para la creación de un itinerario personalizado basado en las metas y el presupuesto del viajero. Los viajeros pueden elegir entre visitas autoguiadas, eventos de demostración de alimentos y paquetes de cocina a la lección en función de su presupuesto y el destino.

Del turismo cultural son también las atracciones itinerantes de índole religiosa tradicional y en particular la peregrinación. Como ejemplos se pueden dar miles de católicos de todo el mundo que visitan el Vaticano y otros lugares sagrados, viajes de los judíos para Israel, a los monumentos y sitios del Holocausto o la Meca, el destino principal atractivo para los musulmanes de todo el mundo (Montana Vidin Dolj, 2017).

En este contexto, Bulgaria y Rumanía y, en particular la región fronteriza de los dos países también tiene el potencial de ser atribuido a los destinos turísticos atractivos para el turismo peregrino con monumentos religiosos, como catedrales, iglesias, monasterios y otros también podrían encantar a los turistas.

Asimismo, las reliquias que se conservan en ellos son parte de la rica herencia cultural de la ciudad y el estado en su conjunto. Muchos de estos monumentos también funcionan como museos también. Gracias a su magnífica acústica que a menudo son lugares y eventos de conciertos.

CONCLUSIONES

Los tipos de turismo que presentan una tendencia mundial de alto crecimiento; el ecoturismo, el turismo histórico – cultural y por último el turismo de aventura. Estos representan nichos de mercado los cuales deben ser tomados en cuenta por toda estrategia turística.

Al identificar un pueblo mágico se debe tener más conocimientos sobre nuestro país y saber apreciar todas las riquezas que existe en Ecuador.

La interpretación y el estudio del turismo requieren de una visión integral que incluya todas las dimensiones de la sociedad –la política, económica, social, cultural y

ambiental, entre otras– para aprehender al fenómeno en su totalidad.

El Ecuador como país es un verdadero abanico de opciones, como así todas sus provincias, ya que ofrece una gran variedad de destinos para todos los gustos de los turistas.

El turismo es un fenómeno social contemporáneo, de gran dinamismo, y que basa su desenvolvimiento en el creciente desarrollo social y tecnológico de la humanidad. El turismo ha venido cobrando una gran importancia para las diferentes naciones, y difícilmente se podrá encontrar en algunas que no estén interesadas en su desarrollo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguiló-Pérez, E., & Matos Da Silva, J. A. (2015). *Encyclopedia of tourism*. Springer International Publishing.
- Ecuador. Ministerio de Turismo. (2017a). Boletín de Estadísticas Turísticas 2011-2015. <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turísticas-2011-2015.pdf>
- Ecuador. Ministerio de Turismo de Ecuador. (2017b). Política de turismo del Ecuador. <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/a.-2017.-POLITICA-DE-TURISMO-DEL-ECUADOR.PDF>
- Jenkins, I., & Schroder, R. (2013). *Sustainability in tourism*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Karimi, S. (2017). What is culinary tourism?, en USA Today. <http://traveltips.usatoday.com/culinary-tourism-1910.html>
- Montana Vidin Dolj. (2017). Nature and characteristics of cultural tourism. <http://www.montana-vidin-dolj.com/en/publications/?NewsId=3>
- Naghiu, A., Vázquez, J., & Georgiev, I. (2005). Rural development strategies through rural tourism activities in romania: chance for an internal demand?. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 1(2), 85-95.
- Organización Mundial del Turismo. (2017). Ecotourism and protected areas. <http://sdt.unwto.org/content/ecotourism-and-protected-areas>
- Panosso, A., & Gidoi, L. (2015). *Tourism in Latin America*. Springer International Publishing.
- Pechlaner, H., & Smeral, E. (2015). *Tourism and leisure*. Springer Fachmedien Wiesbaden.

- Sánchez, A., & Propín, E. (2010). Tipología de los núcleos turísticos primarios en América Central. *Cuadernos de Turismo*, 25, 165-184.
- Sidali, K., Spiller, A., & Schulze, B. (2011). *Food, agriculture and tourism*. Springer Nature.
- Sustainable Tourism. (2017). Sustainable tourism. <http://www.sustainabletourism.net/sustainable-tourism/definitions/>
- The Tourism Society. (2017). Tourism definitions. <http://www.tourismsociety.org/page/88/tourism-definitions.htm>
- Vanslebrouck, I., & Van Huylenbroeck, G. (2005). *Landscape amenities: economic assessment of agricultural landscapes*. Netherlands. Springer.