

La visión emprendedora del Turismo Sostenible en el Corredor Turístico Paraíso Subtropical en los cantones Cumandá y Pallatanga, Ecuador.

The entrepreneurial vision of Sustainable Tourism in the Tourist Corridor subtropical paradise in the cantons Cumanda and Pallatanga, Ecuador.

Ing. Jorge Ivan Delgado Prado^a, Ing. Roberto Carlos Herrera Anangón^b, Verónica Katherin Kang Barzola^b

^a Consultor Estratega en Proyección para el Desarrollo Sustentable en Emprendimientos Privados y Públicos, Instituto Interamericano para el desarrollo INDES, Especialista en Negocios y Marketing Turístico.

^b Universidad Técnica de Quevedo (UTEQ), Carrera de Ingeniería en Ecoturismo, Carretera de Quevedo a Santo Domingo de los Tsáchilas, km 1 ½, Quevedo, Los Ríos, Ecuador

RESUMEN: Partiendo del enfoque de Visión Emprendedora del Turismo Sostenible, se proyecta un mercado de rentables probabilidades en los cantones Cumandá y Pallatanga en la Provincia de Chimborazo, Ecuador. El análisis de la potencialidad turística de atractivos provistos de naturaleza, costumbres, gastronomía, cultura y clima agradable, equidistantes, diversos y semejantes. Luego del análisis de los resultados se determina que existió la cooperación de organización públicos, organismos de cooperación internacional, instituciones, academia y emprendedores Locales, se han consolidado una estructura participativa que articula un tejido socio-activo multidisciplinario de gran valor; la necesidad de generar espacios de confianza y seguridad en la oferta de servicios turísticos motivó a los grupos de acción local a regularizar y mejorar la calidad de estos servicios, mediante la creación de políticas públicas participativas incluyentes que incentivan el emprendimiento, competitividad, calidad y responsabilidad en todas las actividades recreacionales de la infraestructura turística instalada y nuevas oportunidades de negocios.

Palabras Claves: turismo, sostenibilidad, Chimborazo, emprendimiento, servicios.

ABSTRACT: On the basis of the approach of Entrepreneurial Vision of Sustainable Tourism, it is projected a profitable market odds on the cantons Pallatanga and Cumandá in the Chimborazo province, Ecuador. The analysis of the potential tourist attractions provided by nature, customs, gastronomy, culture and pleasant climate, equidistant, diverse, and the like. Following the analysis of the results it is determined that there was the cooperation of public organization, International Cooperation agencies, institutions, academia and local entrepreneurs, have consolidated a participative structure that articulates a multidisciplinary socio-active tissue of great value; The need to generate spaces of trust and security in the offer of tourist services to Local Action Groups to regularize and improve the quality of services, through the creation of inclusive participatory public policies that encourage entrepreneurship, competitiveness, quality and accountability in all of the recreational activities of the tourist infrastructure installed and new business opportunities.

Keywords: tourism, sustainability, Chimborazo, entrepreneurship, services.

I. INTRODUCCIÓN

Los 6263,47 m.s.n.m. del referente internacional Nevado Volcánico Chimborazo es la montaña más alta del Ecuador y el punto más alejado del centro de la Tierra, es decir, el punto más cercano al espacio exterior, razón por la cual es llamado como “el punto más cercano al Sol” medido desde el centro de la tierra, su cima es la más alejada de todo el planeta, superando en 2 kilómetros la altura del Everest.¹

La diversidad que presenta la Provincia de Chimborazo en sus diferentes pisos climáticos, nos permite ubicarnos en 2 de sus cantones más cercanos a la provincia del Guayas en la región costa del país Cumandá y Pallatanga - lugares paradisíacos de clima único con gran variedad de recursos turísticos naturales y culturales, permiten realizar y emprender actividades propias de un turismo sostenible de bajo impacto ambiental.

Los Corredores de Turismo Sostenible que se han fortalecido con el financiamiento de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo AECID determinan participativamente tomando sus particularidades específicas y otros aspectos técnicos son los Corredores de Turismo Sostenible Paraíso Subtropical (Cumandá - Pallatanga), La Interculturalidad (Chunchi - Alausí).y Las Lagunas (Colta- Guamote - Alausí).(1)

Considerando la Estrategia de Marketing propuesta para los Corredores de Turismo Sostenible en la Provincia de Chimborazo, es necesario fortalecer esta iniciativa de expectativas muy positivas impulsadas por la Corporación para el Desarrollo de los Territorios de las cuencas de los ríos Chanchán y Chimbo (CODECH)(2)

La edición 2016 de Panorama OMT del Turismo Internacional, sostiene que “un número creciente de destinos de todo el mundo se han abierto al turismo y han invertido en él, haciendo del mismo un sector clave para el progreso socioeconómico, a través de la creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras”.

¹Wikipedia

Durante las seis últimas décadas, el turismo se ha caracterizado por su crecimiento prácticamente ininterrumpido, experimentando una continua expansión y diversificación.

Las llegadas de turistas y consumo internacionales a escala mundial, representa para el rubro en la actualidad un promedio aproximado de gasto por turista de \$1.062,00 por viaje (Figura 1).

TEMPORALIDAD	1950	1980	2000	2015
Turistas internacional	25 millones	278 millones	674 millones	1.186 millones
Consumo \$\$\$ EEUU	2 mil millones	104 mil millones	495 mil millones	1'260 mil millones

El turismo es una categoría importante del comercio internacional de servicios. Además de los ingresos obtenidos en los destinos, el turismo internacional generó otros 211 mil millones de dólares de los EEUU en exportaciones por servicios de transporte internacional de pasajeros prestados a no residentes en 2015, lo que eleva el valor total de las exportaciones turísticas a 1,5 billones de dólares de los EEUU o a 4 mil millones de dólares al día de media.

El turismo internacional representa hoy el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, frente al 6% de 2014. Como categoría mundial de exportación, el turismo ocupa el tercer puesto, tan solo por detrás de combustibles y de productos químicos, y por delante de alimentación y de la industria de automoción.

En el análisis de la Visión orientada hacia la sostenibilidad del destino turístico se estableció que “Al 2020, los Corredores de Turismo Sostenible de la provincia de Chimborazo son reconocidos como destino turístico destacado en el mercado interno en el circuito internacional por su compromiso con el desarrollo sostenible, competitivo, accesible, amigable y seguro. Con servicios de calidad, actores capacitados y la máxima articulación entre los diversos protagonistas de la actividad turística consciente”.(3)

Según este mismo informe, se calcula que el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crecerá un promedio del 3,3% al año durante el periodo comprendido entre 2010 y 2030. Con el tiempo, la tasa de crecimiento irá disminuyendo paulatinamente del 3,8% en 2012 al 2,9% en 2030, pero sobre la base de unas cifras cada vez mayores. En términos absolutos, las llegadas de turistas internacionales aumentarán en unos 43 millones al año, frente a un incremento medio de 28 millones anuales registrados en el periodo comprendido entre 1995 y 2010. Según el ritmo de crecimiento previsto, las llegadas de turistas internacionales en el mundo superarán la cifra de 1.400 millones en 2020 y 1.800 millones en 2030.²

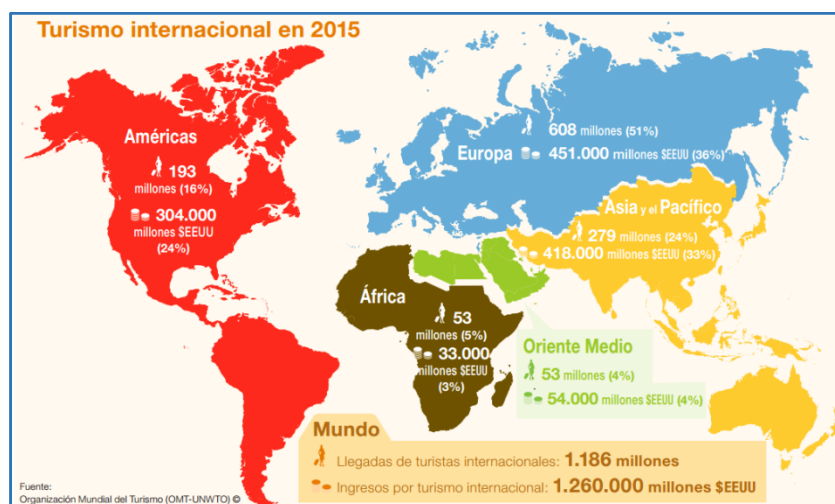


Figura N. 1 Llegadas de turistas y consumo internacionales a escala mundial
Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT-UNWTO)

Conociendo la sólida tendencia de la actividad turística en cifras de sus registros internacionales, el Ministerio de Turismo del Ecuador en su portal informativo “Ecuador Potencia Turística”(4), evidencia un crecimiento sostenido en los últimos 6 años pasando de 1'047.098 ingresos al país en el 2010 a 1'412.718 en el 2016, un acumulado del 34.92% y un proporcional crecimiento positivo del 5.82% anual, ocupando el tercer lugar en ingresos no petroleros para el país.

El protagonismo responsable del Corredor de Turismo Sostenible Paraíso Subtropical, proyecta oportunidades viables de inversión en la zona de influencia a intervenir en los cantones de Cumbayá y Pallatanga, ya lo revela el estudio levantado por la CODECH en colaboración con diferentes actores involucrados del territorio, aterrizando acertadamente en segmentos tendencia de entre las preferencias buscadas por los turistas, ecoturismo y turismo de naturaleza con el 61%, turismo cultural 50%, seguido del turismo comunitario con el 46%, turismo de deportes de aventura 29% y finalmente el agroturismo con el 7%.(5)

²publications.unwto.org

Los principales atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Pallatanga son las cascadas (Guaro, Chazazal, La Soledad Las Almas, Sillagoto, Santa Rosa, Santa Teresita, San Jorge Bajo, Guangashí La Tigresa), el Puente Cornelio Dávalos, Miradores (Chachacoma, El Corazón, Tres Marías, Zarate, San Vicente, Balazul), el Cañón de las mariposas, bosques (Balazul, El Paraíso, El Corazón Guaro Grande), Parque central y las Ruinas de Palihuaico.(6).

Finalmente el componente de Educación Ambiental (EA) busca restablecer las pautas de construcción que le permitan al ser humano reencontrar su relación con lo natural a través de la participación y sistematización de las experiencias. (7)

II. MATERIALES Y METODOLOGÍA

Zona de análisis

El análisis propuesto está enmarcado en la zona de planificación 3 de Ecuador, provincia de Chimborazo, en los cantones de Cumandá y Pallatanga (Figura 2-3).

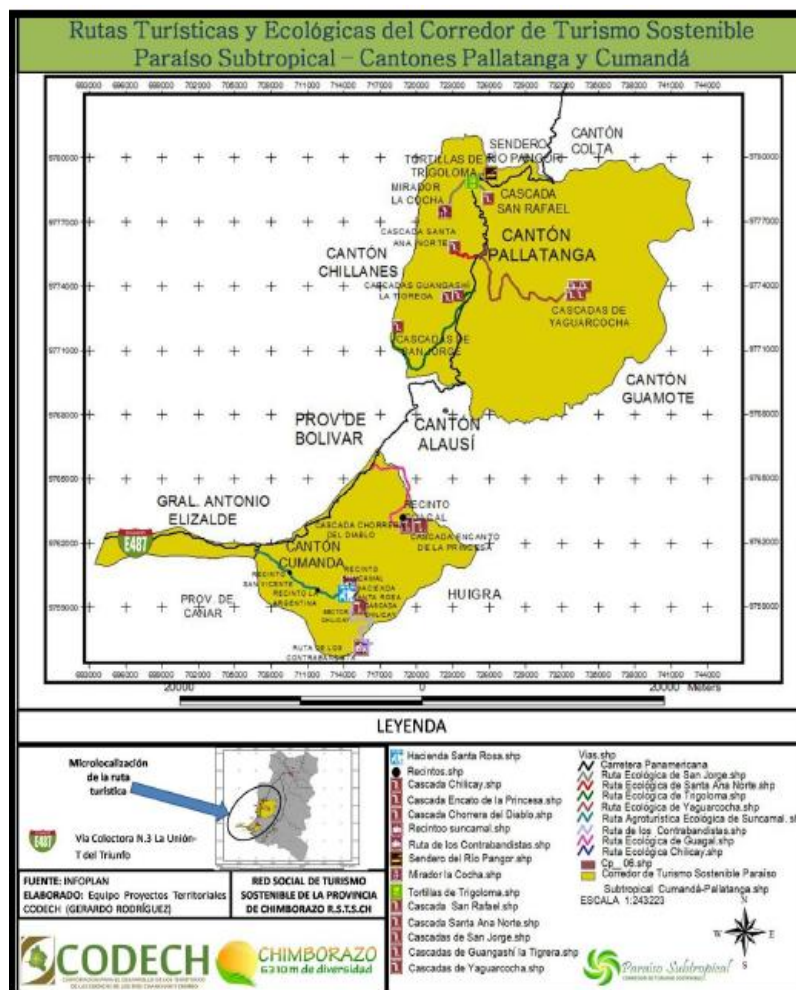


Figura N. 2 Mapa de la zona de influencia

En el año 2011 se determina la marca turística Paraíso Subtropical como Corredor de Turismo Sostenible donde para la determinación del nombre se consideró la gran diversidad de vegetación que existe en los cantones Cumandá y Pallatanga, brindando un lugar con variedad de alternativas que visitar, es por esto que nace el nombre de Paraíso, considerando el clima cálido que poseen dichos cantones, se complementa con la palabra Subtropical. Para este nombre se ha utilizado la tipografía prístina, es así que con el método de combinación se obtuvo el nombre Paraíso Subtropical. Con la finalidad de conocer la actividad que representa esta marca se ha determinado un texto complementario Corredor de Turismo Sostenible. (8)

Figura N. 3 Mapa de ubicación del Corredor turístico en Ecuador



Fuente: Consultoría generación de la estrategia de marketing para los Corredores de Turismo Sostenible de la Provincia de Chimborazo

Fuente: Google Maps

Tipo de Análisis:

Para sustentar el planteamiento propuesto, se basó el análisis en una aproximación al sentido de pertenencia manifestado durante la estructuración de la plataforma de actores identificados e involucrados en el territorio, considerando los resultados obtenidos a partir de la generación de políticas públicas participativas que regulen y motiven la dinámica responsable del turismo sostenible en las zonas a intervenir.

La compleja tarea de articular territorios, presentó su talón de aquiles en la arista política, donde juega ciegamente el desconocimiento, intereses partidistas, regionalismos, entre otros factores superables de plena idiosincrasia local, dilatadores de procesos planteados.

Según la OMT(9)“el desarrollo turístico sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades de futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, al mismo tiempo que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de vida”.

La OMT sostiene, que el turismo sostenible es aquél que se desarrolla y ejerce persiguiendo los siguientes objetivos:

- (i) Un mínimo impacto sobre el medio ambiente;
- (ii) El respeto con la cultura local y la diversidad social de cada destino turístico;
- (iii) El aseguramiento de buenas prácticas económicas, empresariales y laborales que permitan y fomenten el crecimiento económico sostenido y el bienestar entre la población, tanto entre viajeros como de los residentes en los destinos turísticos y zonas anfitrionas de los visitantes.

Así mismo, también la OMT entiende que, para la consecución de dichos objetivos, se han de aplicar y seguir los siguientes principios:

1. Conservación de los recursos naturales y culturales, para su uso y disfrute continuado en el tiempo, junto con la promoción, el mantenimiento y la mejora de la calidad ambiental.
2. El desarrollo turístico de cada destino se ha de planificar y ejecutar de tal forma que no cause problemas ambientales ni socio-culturales;
3. La sociedad en general ha de hacerse partícipe de los beneficios que reporte el turismo.

Con estas precisiones, se desarrolla el proceso de construcción participativa territorial enfocada en la estrategia de generación de iniciativas responsables y rentables para invertir en turismo sostenible.

Proceso de Involucramiento	Resultado esperado
Mapeo de actores en territorio	Visitas personalizadas a representantes de diferentes sectores y organismos, propuesta de articulación territorial aceptada y fortalecida
Agendamiento de reuniones participativas	Apropiación y compromiso de representantes locales y territoriales
Recorridos por atractivos turísticos priorizados en circuito	Sensibilización y levantamiento de requerimientos de infraestructura, recursos y estrategias complementarias
Formulación participativa de Políticas Públicas Locales y Territoriales	Marco jurídico regulado y estructura de líderes reconocida
Gestión de financiamiento en inversión de infraestructura básica y fortalecimiento de capacidades locales	Infraestructura y recursos turísticos locales y territoriales implementados Actores territoriales sensibilizados en buenas prácticas de servicios turísticos
Promoción de destino turístico, seguridad al visitante y seguimiento permanente de compromisos adquiridos	Incremento de visitas y cuidado del visitante

III. RESULTADOS.-

El enfoque planteado fortalece nuestra propuesta de desarrollo económico territorial para los cantones de Cumandá y Pallatanga en su Corredor de Turismo Sostenible Paraíso Subtropical, ya que a partir de esta iniciativa mancomunada se han diseñado y gestionado proyectos de inversión pública de gran impacto socio-económico, así como también emprendimientos privados que fortalecen la planta de oferta turística de estos destinos, que por hoy tiene un aliado estratégico indirecto en el cual se deben dirigir nuestros esfuerzos de iniciativas para atraer mayor número de visitantes y huéspedes, se considera el Tren Crucero y su renovada sofisticada estación más cercana en el vecino cantón de General Antonio Elizalde “Bucay”.

Complejo resultó mentalizar una iniciativa que sostenga impacto positivo y aporte al desarrollo económico sostenible de territorios con recursos turísticos en común y que estos generen interés en el exigente mercado del turismo receptivo, la creación de valor y el empoderamiento de los beneficiarios directos para creer en una actividad con pobre inversión pública (refiero en la zona de influencia del estudio), visitantes de paso, hostelería privadas con circuitos básicos, incredulidad de los habitantes, etc. limitados recursos económicos y poco interés de instituciones públicas, no fueron barreras para mentalizar una iniciativa ganadora que se sostenga en el tiempo.

Análisis de Información Secundaria:

Varios importantes esfuerzos locales y sueltos, se fueron sumando en la compilación de diferentes tipos de investigaciones desarrolladas por tesis, academia, organismos gubernamentales y no gubernamentales; sin embargo, lo único más aproximado que se encontró fue e inventario de atractivos turísticos jerarquizados de la provincia de Chimborazo, nuestro punto de partida para iniciar el trabajo de laboratorio e investigar que actores podrían actuar directamente en los recursos turísticos e identificarlos.

Mapeo de Actores Locales en Territorio:

Similar a prospectar clientes potenciales para ofertar productos y/o servicios, resultó identificar y sistematizar actores comunitarios, locales, territoriales, provinciales y nacionales en las respectivas zonas de influencia. Estructurar un tejido socio-generador de riqueza para el territorio enfocando el turismo sostenible como eje dinamizador de la propuesta a consensuar y consolidar, sería el reto más fuerte.

La pugna por el protagonismo institucional demandaba liderar un proceso integral y articulador que difícilmente quería ser asumido sin contar con los recursos económicos necesarios para afrontar el exhausto trabajo que representaría visitar en territorio a todos y cada uno de los actores identificados.

Mayor tiempo del necesario llevo motivar a los actores del territorio articulado apostar por la iniciativa del Corredor de Turismo Sostenible Paraíso Subtropical, visitas personalizadas, unas desgastantes otras muy enriquecedoras, donde sólo mediante la interacción directa nos daría mejores criterios y perspectivas más aterrizadas, así como también enfoque con más valor y recursos que sumarían valor a la propuesta.

Sólo con el compromiso de cooperación interinstitucional y la credibilidad de quienes directamente intervienen y conviven con los recursos turísticos priorizados en circuitos se puede programar agendas participativas de interacción de actores para la socialización general del proyecto de Corredor de Turismo Sostenible Paraíso Subtropical.

Agendamiento de Reuniones Participativas:

La estrategia de articulación territorial e involucramiento de diferentes actores demanda paciencia, objetivos, metodologías y resultados claros de fácil entendimiento y empoderamiento de quienes serían sus beneficiarios directos; mesas temáticas, talleres participativos, interacción interinstitucional, tamizado y selección de ideas, entre otras deben ser utilizadas al momento de formular la apropiación del proyecto por parte de todos, con quienes finalmente se organizan grupos de trabajo de campo, donde inicia el viaje hacia la sostenibilidad del proyecto turístico.

Recorridos por atractivos turísticos priorizados en circuito:

Una vez consensuado el trabajo de laboratorio donde entre risas, discusiones serias, líricas políticas, resoluciones de asamblea de actores, se empezó el trabajo de verdadera concientización de nuestros recursos naturales programando recorridos hacia los atractivos jerarquizados en cada cantón. ¿Qué se quiere lograr?

1. Conocimiento de recursos naturales y culturales
2. Conciencia ambiental local
3. Apropiación del proyecto
4. Organización y estructura activa
5. Requerimientos aterrizados de infraestructura turística básica y capacitación en competencias de servicios turísticos
6. Corresponsabilidad social y gestión
7. Compromiso de actores involucrados.

Formulación participativa de políticas públicas locales y territoriales:

El proceso en la formulación participativa de políticas públicas que regulen y reglamenten las actividades de desarrollo turístico en el territorio, interactuando beneficiarios directos (representantes comunitarios, urbanos y emprendedores privados) con autoridades locales, representantes de organismos gubernamentales y no gubernamentales, medios de comunicación, academia.

Largas jornadas de trabajo, utilizando todo tipo de recursos y medios con el firme propósito de mantener activa la atención de todos los actores, quienes jamás se han visto involucrados en este tipo de trabajos donde no encontrarían réditos inmediatos y preocupados por sus labores propias del día a día, realmente duro, tanto como neutralizar los oportunismos y revanchismos políticos como aterrizar fantasiosas propuestas y sobretodo establecer reglas del juego que favorezcan a la gran mayoría, principalmente a nuestro ecosistema natural y social.

Finalmente, un documento actuado entre la sociedad civil y los legisladores locales, ve la oportunidad de elevarse a ordenanza, reglamentando el marco regulatorio del desarrollo del turismo sostenible en el territorio del corredor paraíso subtropical en los cantones de Cumandá y Pallatanga, con sus respectivas particularidades en esencia se consiguió una visión emprendedora que persigue principalmente inversión responsable, emprendimientos consientes, actividades equilibradas, responsabilidad social, infraestructura dirigida, fortalecimiento de capacidades, seguridad ciudadana, entre otras, que sustentan la inversión en el turismo sostenible.

Gestión de financiamiento en inversión de infraestructura básica y fortalecimiento de capacidades locales:

El tejido social local y territorial estructurado y organizado, sin duda alguna, es la mejor carta de presentación ante la gestión de proyectos de infraestructura y capacitación en materia de turismo sostenible, los organismos de cooperación no gubernamentales y gubernamentales muestran su interés en prácticas de este nivel y proyectos integrales de gran impacto y valor en cada uno de sus componentes; la inversión en señalización y señalética turística normada, senderos y rutas con materiales propios de la zona con el menor impacto ambiental, capacitación de guías nativos, fortalecimiento de capacidades y servicio al cliente, entre otros, visualizan una perspectiva más prometedora para este importante rubro de generación de dinero para las localidades.

La inversión pública no ha sido inmediata, es conocido y se ha padecido el tiempo, procesos y procedimientos que conlleva liberar recursos del estado, sin embargo, las comisiones locales estructuradas y reconocidas vigilantes de su trabajo junto a las autoridades y técnicos municipales han sabido presionar y canalizar sus esfuerzos hasta conseguir los resultados esperados en la actualidad ya implementados.

Promoción del destino turístico, seguridad al visitante y seguimiento permanente de compromisos adquiridos:

Los departamentos de turismo de las municipalidades que intervienen en el corredor paraíso subtropical, juegan uno de los roles más importantes toda vez que cuentan con una metodología tan bien estructurada mencionada en los puntos anteriores.

Participación en ferias de turismo nacional e internacional, seminarios, talleres, simposios, han tomado como referencia el trabajo realizado, incluso programas de televisión conocen la marca diseñada para el corredor siendo reconocidos como campeones a nivel nacional por la participación activa de la ciudadanía identificada con el proyecto que comienza a dar importantes resultados.

Se han sumado constantemente Investigaciones dirigidas por diferentes Universidades del país, tesis y Practicantes toman referencia de la exitosa experiencia y aportan sus conocimientos para continuar fortaleciendo la iniciativa desplegada.

No cabe duda, que resta mucho por hacer y los Gobiernos Locales son los llamados a interactuar e invitar a promotores de turismo receptivo nacional e internacional, así como a inversionistas locales y de toda cadena turística, revistas y medios digitales especializados para fortalecer *La Visión Emprendedora Del Turismo Sostenible*.

Datos adicionales:

Turistas nacionales y extranjeros llegan a Bucay en el Tren Crucero, varias opciones de recorridos turísticos se encuentran listos, gastronomía de primerísima calidad en el Restaurant de la Estación del Tren, vehículos de transporte “Chivas” que los llevan a diferentes hosterías-fincas-atractivos naturales de Bucay y Cumandá, con circuitos paisajísticos maravillosos que incluyen cascadas, ríos, montañas, flora, fauna, cultura, danza, gastronomía típica, agroturismo, deportes de aventura, ciclismo.

Quienes han invertido en sus emprendimientos locales están viendo resultados de un proceso que proyecta mejoras, amparados en un marco regulatorio de seguridad turística integral.

Los proyectos territoriales del Corredor de Turismo Sostenible Paraíso Subtropical, han sido de vital importancia para implementar infraestructura de senderismo ecológico, señalética normada y capacitación permanente de los prestadores de servicios turísticos.

Las iniciativas de articulación territorial si funcionan y generan competitividad por la excelencia de calidad, falta mucho por hacer, especialmente en el sector comunitario donde su estructuración es posible impulsando un modelo de gestión que proponga la asociatividad de núcleos familiares especializados en diferentes servicios que el visitante necesita (alojamiento rural, gastronomía comunitaria, actividades agropecuarias, artesanías, entre otras), proyectando una cultura organizacional de empresa, certificada y calificada con operadores de turismo con conciencia de responsabilidad social y ambiental. ¡quienes mejor que las familias involucradas alrededor de los atractivos turísticos para cuidar y salvaguardar su patrimonio cultural y entorno natural!

Particularmente en los cantones de Pallatanga y Cumandá el número de llegadas y pernотaciones han aumentado en la última década, donde intervienen activamente proyectos de articulación territorial impulsados por instituciones sin fines de lucro y organismos gubernamentales, que facilitan y dan un marco jurídico para que exista la inversión en el campo privado y un adecuado plan de comunicación es así que ya varios cantones han adoptado publicitar sus corredores en páginas sociales y además de ello han implementado páginas web donde se muestran las alternativas turísticas que estas poseen.

IV. DISCUSIÓN

El Desarrollo del Turismo Sostenible busca la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados en todos sus procesos, tanto públicos como privados.

La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, es animado por Organismos de Cooperación. Esto implica un auténtico reto de innovación cultural, tecnológica y profesional, que además exige realizar un gran esfuerzo por crear y desarrollar instrumentos de planificación y de gestión integrados.

Los criterios de calidad, orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, determinados conjuntamente con las comunidades locales y basados en los principios del desarrollo sostenible, deberían ser objetivos prioritarios en la formulación de las estrategias y proyectos turísticos. Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento sociocultural de cada destino.

En este sentido, es importante tener presente que seguridad turística es un concepto multidimensional de prevención y de atención integral que incorpora salud, integridad física, psicológica y económica de los visitantes, de los prestadores de servicios y, por supuesto, del resto de la sociedad. Este carácter multidimensional no se atiende muchas veces de manera adecuada por las autoridades y los prestadores de servicios turísticos y no se percibe adecuadamente que hechos de inseguridad causan desvalorización de los atractivos turísticos y que sus efectos negativos pueden ser de largo plazo e incluso llegar a ser irreversibles.³

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A. CONCLUSIONES

El turismo en una economía verde se refiere a las actividades turísticas que pueden sostener de manera indefinida los contextos sociales, económicos, culturales y ambientales. El turismo sostenible no es una forma especial de turismo, sino que abarca todas aquellas actividades del área que pueden llegar a ser más sostenibles. Se debe hacer una clara distinción entre los conceptos de ecoturismo y turismo sostenible: el término ecoturismo se refiere a un segmento dentro del sector turístico, con especial atención en la sostenibilidad del ambiente, mientras que los principios de sostenibilidad deben aplicarse a todo tipo de actividades turísticas, operaciones, establecimientos y proyectos, incluyendo las formas convencionales y alternativas. En el turismo sostenible se describen las políticas, prácticas y programas que tienen en cuenta no sólo las expectativas de los turistas respecto a la gestión responsable de los recursos naturales, sino también las necesidades de las comunidades que apoyan o se ven afectadas por los proyectos.⁴

Es predecible la rentabilidad social y económica que representan los atractivos turísticos naturales y culturales de los cantones Cumandá y Pallatanga, diversas actividades pueden proyectarse a partir de la demanda insatisfecha de turistas que buscan lugares “vírgenes”, que cautelosos de conocer la realidad de otros destinos turísticos similares, que se han visto afectados por impactos culturales irreversibles, aunque no se pueda desconocer la generación de importantes ingresos económicos para sus localidades que dependen en su mayor porcentaje del dinero que dejan los visitantes.

B. RECOMENDACIONES

El objetivo es ayudarlos a incrementar el número de turistas. A continuación, compartimos importantes precisiones que los comercializadores y gerentes de turismo deben tener en cuenta cuando intentan que sus negocios crezcan y atraer a consumidores conscientes.

1) Cumpla sus promesas a los consumidores proporcionándoles experiencias con un alto valor agregado por dinero.

- Un gran presupuesto de comercialización no puede reemplazar la preocupación por los productos y servicio de calidad.

- La satisfacción de los clientes de hoy atrae más clientes mañana.

- Las recomendaciones de boca en boca es la herramienta más poderosa de comercialización y puede funcionar a favor o en contra suyo y depende de su desempeño.

- Los foros en línea están creciendo rápidamente acrecentando la importancia de las referencias de boca en boca.

- Como nunca antes los viajeros están más informados y tienen mayores expectativas. Ellos detectan con facilidad la publicidad exagerada y rápidamente reconocen la pobreza de los esfuerzos en calidad.

2) Cumpla sus promesas a los asociados de la cadena de suministros proporcionándoles experiencias con un alto valor agregado por dinero.

- Estos asociados incluyen las compañías de turismo de exportación, agencias de viajes, controladores terrestres, compañías aéreas y otros proveedores de servicios.

- Una reputación de confiabilidad y honradez le convertirá en un socio más atractivo para los operadores de exportación.

- Describa su producto con precisión.

- Responda con prontitud a las preguntas de los socios en el exterior (dentro de 24 horas).

- Asegúrese que quienes están en su red sepan que usted está en busca de nuevos clientes.

3) Céntrese en los intermediarios.

- La comercialización directa a los consumidores puede ser costosa e ineficiente. Identifique a los principales intermediarios que realizan comercialización para consumidores y haga que ellos le promuevan.

³ Informe sobre Turismo Sustentable. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente: Oficina Regional para América Latina y el Caribe

⁴ AESMA

- Esto incluye a operadores de turismo de exportación, agencias de viajes, guías turísticas, medios de comunicación, asociaciones de viajes, demostraciones turísticas e Internet.
- Los intermediarios que ven que su negocio es confiable y equitativo son más propensos a enviarle nuevos clientes.
- Aproveche las oportunidades de comercialización y publicidad del turismo colectivo con asociaciones de turismo, los servicios turísticos y las ferias turísticas.

4) Conozca su mercado

- Tenga en mente los mercados apropiados para su producto.
- Manténgase al tanto de las tendencias de los consumidores y la industria, incluso en el ámbito del turismo responsable.
- Reconozca y responda a los diferentes estilos de viaje, intereses, idiomas y otros requerimientos de los viajeros de entrada que llegan de distintos mercados.
- Comprenda los sistemas de distribución, tanto los tradicionales como los de nueva tecnología de medios de comunicación en los mercados de salida que tiene como objetivo.
- No intente ingresar en todos los mercados internacionales a la vez.

5) Prepare y ponga en práctica un plan de comercialización orientado a los viajeros internacionales, regionales y nacionales a través de una serie de canales de distribución.

- Decida si su producto está listo para el mercado internacional.
- No olvide los mercados nacionales y regionales que son importantes durante cambios económicos en el mercado internacional.
- Gane en primer lugar una buena reputación con los turistas nacionales porque puede promover alianzas con los operadores de entrada que están enviando huéspedes internacionales.
- Elabore un plan de comercialización y plan de acción por escrito, con objetivos claros incluyendo las fechas para cada etapa.
- Elabore un presupuesto anual para comercialización.
- Diseñe sus mensajes de comercialización centrados en la experiencia de los consumidores.
- Establezca objetivos de comercialización, medibles y alcanzables.
- Determine la mejor combinación de herramientas de comercialización y enfoque de posicionamiento para su empresa.

- Evalúe el desempeño y haga los ajustes necesarios

6) Aproveche al máximo sus relaciones públicas (RP) para utilizar una serie de comunicaciones gratuitas o de bajo costo.

- Elabore un plan de RP diseñado para generar y mantener una presencia positiva de su empresa o lugar de destino ante el público.
- Los puntos de venta de RP cuentan con revistas y suplementos de periódicos sobre turismo, guías turísticas, televisión e Internet.
- Disponga de kits de información y material promocional.
- Cultive buenas relaciones con los medios de comunicación y con los escritores de guías turísticas.
- Sea un buen anfitrión de los medios de comunicación y viajes de familiarización, muestre directamente sus productos turísticos, tráelos profesionalmente; conquístelos con un servicio y productos excelentes y no con estadías gratuitas.
- Ofrezca un 'punto de vista' para que los escritores de viajes hagan una narración, encuentre la historia que su producto quiere contar.
- Trate de figurar o aparecer dentro de las listas de las guías turísticas, aunque éstas son menos importantes que Internet durante la planificación de un viaje, las guías turísticas siguen siendo ampliamente utilizadas por los viajeros y por consiguiente influyen en las decisiones de ellos.

7) Desarrolle un sitio web atractivo y fácil de navegar

- Consiga un nombre de dominio fácil de recordar.
- Asegúrese de que el sitio cuenta con servicios de reservación en línea.
- Adapte el contenido de su sitio web y las palabras clave con el fin de elevar su clasificación en la lista de búsqueda de centros turísticos, esto se conoce como optimización del motor de búsqueda (OMB).
- Considere la posibilidad de múltiples opciones de idioma para los mercados que tiene como objetivo.
- Pida a sus clientes que hagan comentarios sobre sus principios y prácticas de turismo responsable y publíquelos en el sitio web.

8) Aproveche las nuevas tecnologías de comunicación (Web 2.0) para su beneficio

- Los consumidores se comunican entre sí a través de Internet, lo que permite acceder rápidamente a un amplio público. Averigüe qué motor de búsqueda utilizan los consumidores que usted tiene como objetivo.
- Asegúrese de estar informado sobre los comentarios que hay en línea de su empresa o lugar de destino manteniendo una fuerte presencia en la red, esté enterado de las calificaciones y comentarios de los sitios de empresas o lugares de destino tales como TripAdvisor.com.
- Desarrolle y mantenga presencia en los sitios de redes sociales – a través de un blog- y en los portales de viajes ecológicos y participe en los foros de debate.
- Manténgase al tanto de las nuevas tendencias de los medios de comunicación.

9) Busque el respaldo de 'terceros' independientes

- A estos se los considera más imparciales que la publicidad pagada o el sitio web de la compañía.

- Entre ellos se incluyen los premios de turismo, los programas de certificación 'verde', las ONG's, los organismos para el desarrollo que participan en proyectos de turismo, y los sitios web de turismo responsable.

- Aplique a premios ecológicos y a concursos que le pueden aportar publicidad y comercialización potencial.

- Logre que su empresa conste en los sitios web de turismo responsable.

- Obtenga la certificación y/o apruebe la capacitación sobre las mejores prácticas para turismo sostenible.

- Trabaje con proyectos de turismo responsable dirigidos por las ONG's y organismos internacionales. Ellos le pueden capacitar y evaluar a su empresa, además de publicitarla.

10) Resalte sus prácticas de turismo responsable.

- Recuerde, tener buen sentido para los negocios: que la demanda de los consumidores, operadores turísticos y otros intermediarios, empresas de la cadena de suministros y medios de comunicación sea cada vez mayor.

- Esté orgulloso de sus logros y comprométase a mejorar continuamente. No exagere ni participe en lavado verde (greenwashing).

- Coloque en su sitio web, en comunicados de prensa, en Internet, su política de Responsabilidad Social y Ambiental Corporativa RSAC, su compromiso con los Criterios de Referencia Mundial para el Turismo Sostenible y las mejores prácticas sociales y ambientales de su empresa y exhibalos en sus instalaciones.

- Publicite cualquier premio ecológico u otros reconocimientos recibidos por su empresa o lugar de destino.

- Únase y respalde a las asociaciones y organizaciones nacionales, regionales y/o internacionales de turismo responsable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1]. Lindao A, Herrera Anangón RC. Plan de negocios para el consorcio de redes fortalecidas con la implementación de una operadora de turismo sostenible "Natural Touring" Cia. Ltda. Vol. 1. Chimborazo; 2012.
- [2]. Valdiviezo Santiago, Herrera Anangón RC. Consultoría generación de la estrategia de MKT para los corredores de turismo sostenible de la provincia de Chimborazo. Riobamba; 2012.
- [3]. Chávez R, Herrera Anangón RC. Consultoría Generación Y Socialización Del Enfoque Estratégico Para La Realización De Actividades De Turismo A Nivel Provincial Y De Los Cantones De Los Territorios De Las Cuencas De Los Ríos Chanchán Y Chimbo (Alausí, Chunchi, Colta, Cumandá, Guamote Y P. Riobamba; 2012.
- [4]. Turismo M de. Principales Indicadores de Turismo 2015 [Internet]. Coordinación de Estadísticas e Investigación. 2015. Available from: file:///C:/Users/home/Downloads/11 Mintur_boletin_FEB2015.pdf
- [5]. Herrera Anangón RC. Estrategia de los corredores de turismo de la provincia de Chimborazo y sostenibilidad en el proceso emprendido en los territorios de las cuencas de los ríos Chanchán y Chimbo - provincia de Chimborazo. In 2012. p. 42.
- [6]. Herrera Anangón RC, Barahona J, Cadme L, Sevillano A, Carla C, Erika H, et al. El Corredor De Turismo Sostenible Y Su Incidencia En El Desarrollo Turístico Del Cantón Pallatanga, Ecuador. Int J Humanit Soc Sci Invent ISSN (Online [Internet]. 2017;6(1):55–65. Available from: www.ijhssi.org
- [7]. Cadme M, Herrera Anangón RC. La Educación Ambiental en la Educación Superior, Ecuador. Int J Humanit Soc Sci Invent ISSN. 2017;6(1):80–3.
- [8]. Silvana S, Ivan D, Herrera Anangón RC. Diseño de marcas para los corredores de turismo sostenible de la provincia de Chimborazo en los cantones Alausí, Chunchi, Colta, Cumandá, Guamote y Pallatanga". Riobamba; 2011.
- [9]. OMT. Turismo en las Américas. Organ Mund Turísmo. 2013;