

Turismo, Desarrollo y Buen Vivir
REVISTA DE INVESTIGACIÓN DE LA CIENCIA TURÍSTICA

RICIT

ISSN: 1390-6305
ISSN -e: 2588-0861

NO. 16
DICIEMBRE
2022



Turismo, Desarrollo y Buen Vivir

REVISTA DE INVESTIGACIÓN DE LA CIENCIA TURÍSTICA

RICIT

ISSN: 1390-6305

ISSN -e: 2588-0861

No. 16

(Diciembre - 2022)

CUERPO EDITORIAL

Turismo, Desarrollo y Buen Vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística-RICIT, número 16, diciembre de 2022, es una publicación anual con artículos que fomentan el intercambio y la generación de producción científica de temas relacionados al turismo y afines.

Comité Editorial

Editora General
MSc. Nataly Cáceres S.
Universidad de Especialidades
Turísticas - Ecuador
ncaceres@udet.edu.ec

Editor de RICIT
MSc. Gonzalo Cadena
Universidad de Especialidades
Turísticas -Ecuador
gcadena@udet.edu.ec

Editores de Sección

MSc. Sylvia Herrera
Universidad de Especialidades
Turísticas -Ecuador
sherrera@udet.edu.ec

MSc. Sergio Lasso
Universidad de Especialidades
Turísticas-Ecuador
slasso@udet.edu.ec

MSc. Jorge Mora Forero
UNIMINUTO, Bogotá- Colombia
jorge.moraf@uniminuto.edu

Dra. Claudia Olivas
Universidad Autónoma de
Occidente - México
Universidad Autónoma
Intercultural de Sinaloa - México
claudiaolivas@uaim.edu.mx

MSc. Ruth Arroyo Tobar
Universidad Externado de
Colombia, Colombia
ruth.arroyo@uexternado.edu.co

Comité Científico

Dr. Maximiliano Korstanje
Universidad de Palermo-Argentina
maxikorstanje@arnet.com.ar

Dra. Raquel Huete
Universidad de Alicante-España
r.huete@ua.es rhueteua@gmail.com

Dra. Regina Schlueter
Directora y Editora de Estudios y
Perspectiva en Turismo - Argentina
regina.cieturisticos@gmail.com

Dra. Maribel Osorio
Universidad Autónoma de México-
México
maribelosorio2@gmail.com

Traducción al inglés
MSc. Xavier Páez
Universidad de Especialidades
Turísticas- Ecuador
xpaez@udet.edu.ec

Redacción y Estilo
MSc. Sergio Lasso
Universidad de Especialidades
Turísticas-Ecuador
slasso@udet.edu.ec

Turismo, Desarrollo y Buen Vivir.
Revista de Investigación de la Ciencia
Turística-RICIT, número 16,
diciembre-2022
Quito-Ecuador
Publicación Anual
ISSN: 1390-6305
ISSN-e: 2588-0861

Una producción de: Universidad de
Especialidades Turísticas-UDET.

Dirigida por la Dirección de
Investigación y Producción Científica.
Dirección: Calle Machala OE6-160 y
José Carrión.

Teléfono: (593) (02) 2492-190 Ext. 120



Indización

LATINDEX 2.0 es el Sistema Regional de información en línea para revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal de la Universidad Autónoma de México (UNAM)

Fundación DIALNET de la Universidad de La Rioja – España es un servicio de alerta especializado en revistas hispanas sobre contenidos científicos, elaborado en un entorno de cooperación bibliotecaria.

Red de revistas LATINREV, Red Cooperativa de revistas y asociaciones de revistas académicas del campo de las ciencias sociales y las humanidades, creada a instancias del área de Estado y Políticas Públicas y de la Biblioteca de Ciencias Sociales “Enzo Faletto”, de FLACSO Argentina, en junio de 2017.

LATINOAMERICANA Asociación de Revistas Académicas de Humanidades y Ciencias Sociales. Red de difusión, publicación e intercambio académico relevante en varias disciplinas.

REDIB es una plataforma de agregación de contenidos científicos y académicos en formato electrónico producidos en el ámbito iberoamericano, relacionados con él en un sentido cultural y social más amplio y geográficamente no restrictivo.

DOAJ lista revistas de acceso libre, científicas y académicas, que cumplan con estándares de alta calidad al utilizar la revisión por pares o control de calidad editorial y que sean gratuitas para todos al momento de su publicación, sobre la base de la definición de acceso libre adoptada en la Budapest Open Access Initiative (BOAI).

Copyright Turismo, Desarrollo y Buen Vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística-RICIT, número 16, diciembre- 2022

Revista de Acceso Abierto.
Para la utilización de contenidos publicados, reconocer la autoría correspondiente.

Las opiniones vertidas en el contenido de los artículos, estudios de caso, ensayos y otros productos científicos son de entera responsabilidad de los autores.

ÍNDICE

5-6 Presentación

7–28 Plan integral de gestión ambiental para emprendimientos turísticos: caso de estudio Calceta, Ecuador

Jhonny Bayas Escudero

29-46 Tourist Potential of Balkan Traditional Food: Locals’ Perspective

Aleksandra Terzić, Ana Jovičić Vuković, Bojana Kovačević Berleković

47-69 Transporte y turismo: una simbiosis para el desarrollo social

Lidia Caballero-Galeote

70-97 Desarrollo Turístico y Gobernanza Solidaria en Tepeapulco, Hidalgo, México: Posibilidades y Retos

Karla Cervantes-Martínez, Marcelino Castillo-Nechar, Elva Esther Vargas-Martínez, Roger Joseph Bergeret-Muñoz

98-104 Killing the Discipline: Problems and limitations on impact factor, prestige, and bibliometric studies in tourism research

Maximiliano E. Korstanje

98-104 Liderazgo e inteligencia emocional a nivel gerencial; perspectivas del conocimiento ontológico, epistemológico, metodológico y el paradigma.

Robert Samaniego Garrido, Xavier Páez Coello

Estimados lectores:

La Universidad de Especialidades Turísticas y su Dirección de Investigación y Producción Científica tienen el agrado de compartir con la comunidad académica nacional e internacional la edición número 16 de Turismo, Desarrollo y Buen Vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística -RICIT. Se trata de un número que incluye cinco artículos y un ensayo, seleccionados por su contenido, que abordan, a través de su temática, distintas perspectivas del turismo, afirmando, de ese modo, el compromiso de RICIT como una revista que brinda su apoyo al desarrollo del sector turístico y afines a nivel regional e internacional.

Entre los artículos que conforman este número tenemos: “Plan integral de gestión ambiental para emprendimientos turísticos: caso de estudio Calceta, Ecuador”, investigación que trata el diseño de un plan integral de gestión ambiental para emprendimientos turísticos en la ciudad de Calceta. Desde un enfoque mixto y aplicando el método analítico-sintético, se ejecutaron tres fases: diagnóstico situacional, identificación de la gestión ambiental y diseño del plan integral de gestión ambiental.

Asimismo, el manuscrito “Tourist potential of Balkan traditional food: locals’ perspective” busca resaltar las especificidades y el potencial turístico de la cocina balcánica desde la perspectiva de la población local. Este estudio examina si la imagen de la cocina balcánica se considera una construcción multidimensional y si existen diferencias en la percepción de la cocina tradicional en diferentes países balcánicos.

El artículo “Transporte y turismo: una simbiosis para el desarrollo social” lleva a cabo un estudio bibliométrico a través del mapeo científico y del análisis de rendimiento en aras de analizar cuál ha sido la producción científica sobre transporte y turismo desde la perspectiva social. Se analizó la concurrencia de palabras clave, términos, autores, índice de citas, centros de investigación y revistas.

En la contribución “Desarrollo Turístico y Gobernanza Solidaria en Tepeapulco, Hidalgo, México: Posibilidades y Retos” muestra la importancia de las perspectivas y los comentarios de los sujetos de investigación. Señala y da cuenta de las opiniones que se crean en torno al turismo del municipio de Tepeapulco, Hidalgo, México, ya que se ha enfrentado a problemas críticos que han afectado el desarrollo turístico.

La obra “Killing the Discipline: Problems and limitations on impact factor, prestige, and bibliometric studies in tourism research” es una investigación que explora las imposibilidades, limitaciones y problemas de la investigación turística actual que permanece culturalmente abrazada a la lógica del factor de impacto.

Finalmente, “Liderazgo e inteligencia emocional a nivel gerencial: perspectivas del conocimiento ontológico, epistemológico, metodológico y del paradigma”, ensayo que aporta a la reflexión, comprensión e interpretación del objeto de estudio desde el punto de vista ontológico, epistemológico y metodológico, asociados con el liderazgo y la inteligencia emocional a nivel gerencial.

Es meritorio indicar que los artículos han sido desarrollados por docentes investigadores de instituciones nacionales e internacionales y cada manuscrito ha sido sometido a proceso de revisión editorial con rigurosidad académica y aprobación, bajo la modalidad de doble par ciego, lo que valida los contenidos de este número.

Agradecemos a todos nuestros revisores externos y editores de sección por la entrega, compromiso y labor ejercida durante todo este proceso. Su aporte y conocimiento han permitido que RICIT mantenga sus estándares de calidad.

MSc. Nataly Cáceres Santacruz
Editora general



**Plan integral de gestión ambiental para
emprendimientos turísticos: caso de estudio Calceta,
Ecuador**

**Comprehensive environmental management plan for
tourist projects: case study Calceta, Ecuador¹**

Jhonny Bayas Escudero

<https://orcid.org/0000-0002-3413-4352>

johnnybayas@gmail.com²

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López", ESPAM MFL,
Ecuador.

¹ Manuscrito recibido el 08 de diciembre del 2021, y aceptado tras revisión editorial y de pares doble ciego el 05 de agosto del 2022. Turismo, desarrollo y buen vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística- RICIT. no. 16 (2022) Publicación anual. ISSN: 1390-6305 ISSN-e: 2588-0861

² Doctor en Ciencias Administrativas. Docente en Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí ESPAM MFL, Ecuador.

Resumen

En Manabí, resulta imperativo implementar el enfoque de sostenibilidad en el sector turístico. Por tanto, el objetivo de esta investigación fue diseñar un plan integral de gestión ambiental para emprendimientos turísticos en la ciudad de Calceta. Desde un enfoque mixto, y, aplicando el método analítico sintético, se ejecutaron tres fases: diagnóstico situacional, identificación de la gestión ambiental y diseño del plan integral de gestión ambiental. Los principales hallazgos muestran que, todos los emprendimientos turísticos poseen un alto consumo energético e hídrico; el 75% no separan los desechos; apenas un 45% efectúa una asepsia continua y el 89% presenta contaminación acústica. En el plan integral de gestión ambiental se establecieron siete programas de manejo ambiental y dos programas de seguimiento, destacando pautas como medidas propuestas, indicadores, medios de verificación, periodicidad, entidad ejecutora y monto. En conclusión, es emergente aplicar estrategias de gestión ambiental en los emprendimientos turísticos de Calceta para lograr un desarrollo turístico sostenible.

Palabras clave: gestión ambiental, turismo sostenible, emprendimientos, actividades turísticas, programa de manejo ambiental

Abstract

In Manabí, it is imperative to improve infrastructure and tourist services. Therefore, this research aimed to design a comprehensive environmental management plan for tourism ventures in the city of Calceta. From a mixed approach, and applying the synthetic analytical method, three phases were carried out: situational diagnosis, identification of environmental management and design of the comprehensive environmental management plan. The main findings show that all tourism enterprises have a high energy and water consumption; 75% do not carry out waste separation; barely 45% carry out continuous asepsis and 89% present acoustic contamination. In the comprehensive environmental management plan, seven environmental management programs and two monitoring programs were established, highlighting guidelines such as proposed measures, indicators, means of verification, periodicity, executing entity and amount. In conclusion, it is emerging to apply environmental management strategies in Calceta tourism ventures to achieve sustainable tourism development.

Key words: environmental management, sustainable tourism, entrepreneurship, tourist activities, environmental management program

Introducción

Según Tiwari et al. (2020) el turismo es considerado la industria de más rápido crecimiento a nivel mundial en el siglo XXI, con una caída vertiginosa desde finales del 2019, producto de la pandemia del COVID 19; sin embargo, dicho crecimiento trajo consigo importantes problemas ambientales, que deben abordarse y resolverse para

alcanzar la sostenibilidad a corto y largo plazo; pues, la degradación de la tierra, la contaminación, la desertificación, el desperdicio, el daño a las especies y la utilización inadecuada de los recursos naturales han provocado que muchos recursos naturales estén en peligro o incluso destruidos.

En tal sentido, el creciente interés en formas alternativas de turismo se percibe como una respuesta al énfasis puesto en el aprovechamiento asociado con las actividades turísticas, especialmente en los países en desarrollo; para (Kilipiris y Zardava, 2012) la búsqueda de una experiencia vacacional diferente no es un fenómeno nuevo, existe una renovada preocupación por la ética medioambiental, que se ha centrado en los efectos negativos del turismo de masas en diversos entornos.

Para Mensah (2007) el turismo sostenible tiene sus orígenes en el informe de la Comisión Brundtland, "Nuestro futuro común"; cuando la gestión sostenible se aplica a la industria del turismo, enmarca que el uso de los recursos turísticos tendría que estar regulado para que no se consuman, agoten o contaminen de tal manera que no estén disponibles para el uso de futuras generaciones de turistas.

De este modo, la gestión ambiental plantea acciones concretas que tienen como fundamento una política ambiental cuya finalidad es prevenir y mitigar los daños al entorno, por lo que es de significativa importancia en la planeación del desarrollo de cualquier región o estado; así, surge la necesidad de emplear enfoques integrales (Pimentel et al., 2016) que identifiquen los problemas ambientales en el contexto actual para el desarrollo de un turismo sustentable.

El 2017 fue declarado el año del turismo sostenible para el desarrollo por la Organización de Naciones Unidas (ONU), considerando esta premisa como una oportunidad única para promover la contribución del sector turístico a los tres pilares de la sostenibilidad: económico, social y medioambiental, al tiempo que aumenta la conciencia sobre las verdaderas dimensiones de un sector que a menudo se infravalora, donde la integración es un concepto importante que ayuda a abordar problemas socioambientales complejos, pues los impactos ambientales locales de las comunidades dedicadas al turismo pueden causar efectos indeseables en un área determinada y contribuir a su degradación con el tiempo (Ruiz, 2017).

En Ecuador, existen varias alternativas en lo que respecta al turismo, para la conservación de especies naturales, y bienes culturales e históricos como parte de la responsabilidad social hacia el medio ambiente, lo que incide en el mejoramiento de la economía centrado en las actividades comerciales e industriales; por lo tanto, la diversificación del turismo es clave para aprovechar al máximo los atractivos turísticos (Caicedo et al., 2020). De acuerdo al Ministerio de Turismo en su perfil de turismo internacional 2018 el 57% de los visitantes internacionales que ingresan a Ecuador están interesados fundamentalmente en actividades turísticas como turismo cultural (44%),

ecoturismo (30%), turismo 3S “*Sun, Sand and Sea*” (21%), turismo de aventura (4%) y otros tipos de turismo (1%) Mestanza et al. (2020).

Caicedo et al. (2020) puntualizan que en la región costa del Ecuador, el turismo es considerado la base del desarrollo económico de la población, por el considerable impulso que genera como agente de crecimiento multilateral, aunque también existe el argumento que se debe medir el crecimiento y el progreso del sector, que es la piedra angular, que muestra si las actividades realizadas hasta el momento son adecuadas para satisfacer las necesidades de la población sin perjudicar a los más vulnerables.

Por otra parte, Font y Petrus (2021) manifiestan que en la provincia de Manabí existe inequidad y debilidad de los servicios turísticos, provocando brechas entre el logro de los objetivos de desarrollo y la realidad del territorio; siendo las principales falencias el débil aprovechamiento de las potencialidades y diversidad de recursos turísticos, ante esta realidad se deben fomentar a nivel local la inversión y el emprendimiento mediante el mejoramiento de infraestructura y servicios turísticos, con un enfoque de sostenibilidad ambiental y articulación de los diferentes actores de la industria del turismo

Lo expuesto anteriormente, también constituye la realidad de la parroquia Calceta, capital del cantón Bolívar, donde la actividad turística se ha desarrollado por necesidad y como alternativa a los efectos del terremoto del 2016, con una oferta sin planificación (García et al., 2017), con una pobre gestión por parte del GAD generándose diversos servicios y productos, sin estudios de capacidad de carga tanto en su territorio urbano como rural, con emprendimientos donde la gestión ambiental es nula, generando impactos como contaminación del medio biofísico, excesivo consumo de los recursos naturales y degradación del ambiente. Por tanto, el objetivo de esta investigación fue diseñar un plan integral de gestión ambiental para emprendimientos turísticos de la ciudad de Calceta.

Marco conceptual

Gestión ambiental en emprendimientos

Masanet (2012) indica que la gestión ambiental en emprendimientos supone un nuevo reto que presenta beneficios potenciales como: ahorro de energía, menor costo de cumplimiento de la normativa ambiental, reducción de residuos y procesos más eficientes; mejoras que pueden estar asociadas al progreso en el desempeño económico a través de la competitividad; es, por ende, oportuno indicar que existe una relación ambigua entre desempeño ambiental y desempeño financiero

La naturaleza heterogénea de los emprendimientos dificulta la generalización sobre los impactos ambientales y las estrategias del sector; además, la falta de conocimiento sobre los impactos generados por este segmento y el reconocimiento de su importancia para ayudar a asegurar una economía saludable ha estimulado un creciente interés; por lo que, en países desarrollados, las mejoras medioambientales se consideran una parte vital del impulso hacia el desarrollo sostenible (Hillary, 2004).

Según Christiansen y García (2015), se reconoce ampliamente que los emprendimientos, a través de mejores prácticas de gestión, pueden desempeñar un papel importante en el tratamiento de muchos problemas ambientales; los principales incentivos incluyen una variedad de presiones externas (por ejemplo, de clientes, inversores socialmente preocupados, grupos de interés medioambiental y reguladores), y, por otro lado, las propias partes interesadas de los emprendimientos esperan cada vez más lograr una conducta socialmente responsable.

Turismo y ambiente

La investigación sobre el turismo y el medio ambiente atraviesa una amplia gama de disciplinas de las ciencias sociales y naturales, y las contribuciones clave se encuentran dispersas en muchos campos; sin embargo, el turismo utiliza la naturaleza como parte de sus productos; crea impactos ambientales; y, a veces puede contribuir a la conservación (Buckley, 2011).

Para Dickinson y Lumsdon (2010) el turismo es un sector reactivo que, en su mayor parte, se ha transformado para adaptarse más que para mitigar los efectos del cambio climático, siendo responsable de aproximadamente el 5% de las emisiones totales de gases de efecto invernadero (GEI) en todo el mundo, así, una de las principales preocupaciones se relaciona con el crecimiento del sector y, por tanto, con un aumento en el uso de recursos naturales finitos.

El turismo es una actividad ambientalmente dependiente; es decir, el medio ambiente es un elemento fundamental de la experiencia turística: el turista busca ambientes atractivos, diferentes o distintivos que puedan sustentar actividades turísticas específicas, al mismo tiempo, el desarrollo y la práctica del turismo consume recursos, genera desechos y requiere un importante desarrollo de la infraestructura, todo lo cual puede contribuir con frecuencia, pero no siempre o inevitablemente, a la posible reducción, degradación o destrucción del entorno turístico; por lo tanto, el mantenimiento de un entorno saludable y atractivo es esencial para el éxito a largo plazo del turismo; en resumen, la sostenibilidad medioambiental es un requisito previo para optimizar el potencial de desarrollo del turismo (Sharples, 2009).

Desarrollo sostenible en el turismo

Según Perkumienė et al. (2020) puntualiza que el turismo sostenible es aquel que se desarrolla y mantiene de tal manera y a tal escala que permanezca viable por un período indefinido y no degrade o altere el medio ambiente (humano y físico) en el que existe hasta tal punto que prohíba el desarrollo exitoso y el bienestar de otras actividades y procesos.

Dada la importancia del turismo en los desafíos globales del cambio climático y la reducción de la pobreza, existe la necesidad de adoptar urgentemente una serie de



políticas que fomenten un turismo verdaderamente sostenible que refleje un resultado efectivo al mediano y largo plazo de una respuesta ambiental, social, económica y climática. En efecto, se ha establecido firmemente que la implementación del turismo sostenible, en principio, es vehículo o contribuyente de sostenibilidad; es decir, el turismo sostenible es un requisito previo para el desarrollo sostenible, pero está subordinado al mismo (Sharpley, 2009).

A pesar de la ambigüedad del concepto sostenible, en un modelo económico orientado únicamente hacia el crecimiento económico; pero también es cierto que es necesario orientar la oferta turística actual hacia el aprovechamiento del turismo cultural y natural, minimizando en la medida de lo posible los impactos que se generan; así como aportar a mejorar las condiciones de vida de poblaciones rurales.

Turismo y emprendimiento

El emprendimiento ha ido tomando relevancia durante los últimos años, puesto que es una alternativa viable para enfrentar los constantes y crecientes problemas económicos de las naciones; siendo una de las mejores opciones para potenciar el desarrollo económico como persona, organización y estado; así, el emprendimiento en el sector turístico es un elemento primordial (Oyarvide et al., 2016). Así, en Ecuador se ha evidenciado un aumento en el número de emprendimientos turísticos catalogados por actividad (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018), tal como se detalla en la figura 1.

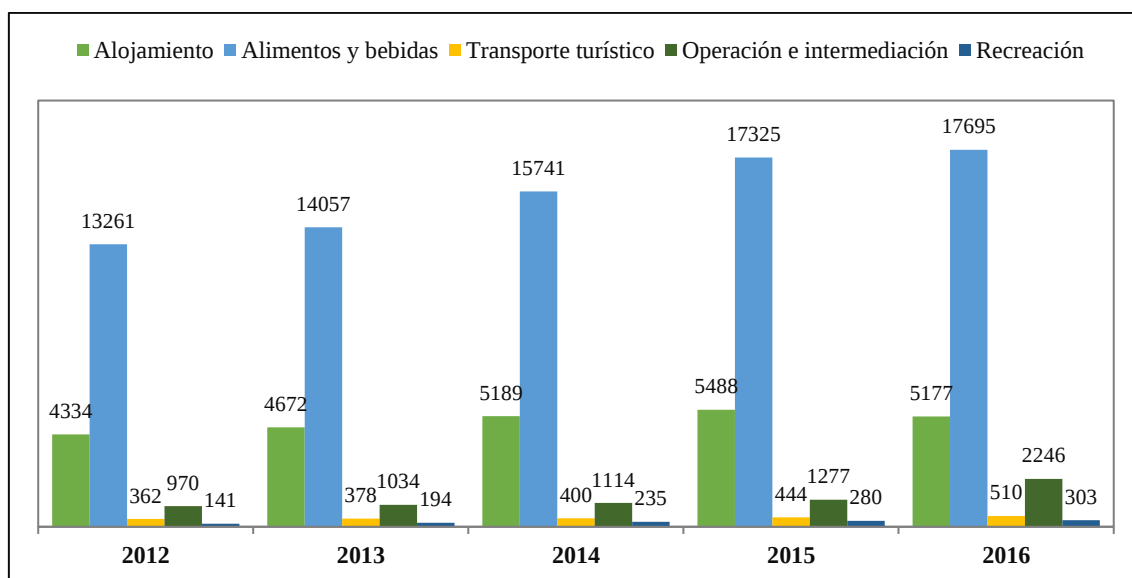


Figura 1. Emprendimientos turísticos registrados por actividad en el Ecuador.
 Fuente: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

Para que un emprendimiento turístico sea sostenible su gestión ambiental debe ser significativa y relevante; esto es con un mínimo impacto en su entorno, aplicando normas direccionadas a un aprovechamiento equilibrado de los recursos naturales, por ende, este tipo de emprendimientos deben adoptar de forma voluntaria y entusiasta las prácticas de turismo sostenible, siendo importante localizar los estándares, adaptarlos al destino y

desarrollar acciones prácticas paso a paso que se puedan implementar en plazos razonables (GeoparkLIFE, 2017).

Tipología de los emprendimientos

Los emprendimientos juegan un papel importante en el desarrollo económico de un país, al promover la prosperidad de una nación mediante la innovación; este tipo de negocio crea riqueza, abre oportunidades de empleo y fomenta los otros segmentos (Sethi, 2015). Los principales tipos de emprendimiento se detallan en la figura 2.

El emprendimiento es una actividad creativa, es la capacidad de crear y construir algo, por lo que se ha definido como una innovación sistemática, que consiste en la búsqueda intencionada y organizada de cambios, realizando un análisis sistemático de las oportunidades que tales cambios pueden ofrecer para la innovación económica y social, lo que lo convierte en una disciplina con una teoría basada en el conocimiento, y, en un proceso dinámico y arriesgado que implica una fusión de capital, tecnología y talento humano (Sethi, 2015).

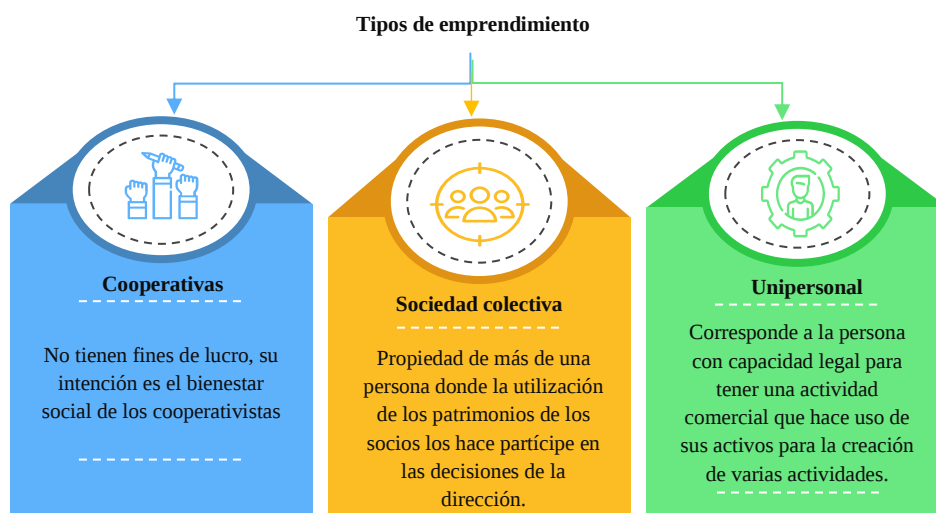


Figura 2. Tipología de los principales emprendimientos.
Fuente: (Ministerio de Educación de Bolivia, 2018).

Modelos de gestión en emprendimientos turísticos

Un modelo de gestión en emprendimientos turísticos comprende a la representación simplificada del contexto actual mediante la cual se expresan factores o relaciones significativas de manera generalizada (García, 2017). Los modelos más representativos en emprendimientos turísticos se describen en la figura 3.

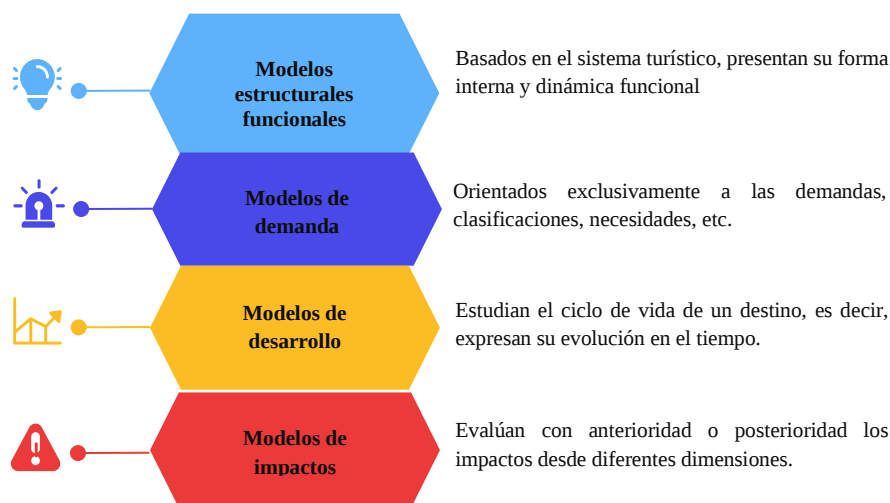


Figura 3. Modelos de gestión en emprendimientos turísticos. Fuente: (García, 2017).

Los modelos de gestión turística deben responder a una estructura planificada y organizada cuya finalidad es lograr el desarrollo económico organizacional con enfoque de bien común; estos modelos deben tener como componentes fundamentales: la planificación turística, la caracterización sistémica del turismo, la sostenibilidad, la calidad turística y la competitiva turística (Shiguango et al., 2021).

Metodología

Esta investigación se realizó en la parroquia Calceta perteneciente al cantón Bolívar – Manabí. En la tabla 1 se resumen los datos generales de la parroquia.

Tabla 1. Datos generales de la parroquia Calceta.

Nombre de la parroquia:	San Agustín de Calceta
Extensión:	345 km ²
Población total (2011):	17.632
Límites	Norte: cantón Chone Sur: cantones Portoviejo y Junín Este: cantón Pichincha Oeste: cantón Tosagua
Clima:	Tropical
Rango altitudinal:	22 msnm

Fuente: (GAD del cantón Bolívar, 2015a).

La metodología empleada para realizar esta investigación tiene un enfoque mixto, y se establecieron las siguientes fases:

Fase I: Diagnóstico situacional

Aplicando el método analítico sintético, se analizó el contenido de documentos oficiales como el Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) del cantón Bolívar, se definieron todas las características e información primaria para obtener la caracterización general de la zona relacionada a los emprendimientos, a los cuales también se les realizó un análisis estratégico para cumplir el fin de la temática. Esta fase contempló la ejecución de las siguientes actividades:

1. Determinación de la zona de estudio: Mediante una matriz de caracterización aplicada en campo, se establecieron aspectos como localización de los emprendimientos, además de otras características ligadas a la hidrografía, clima, etc.
2. Análisis económico, social y cultural: La información del PDOT del GAD Bolívar permitió la identificación de aspectos establecidos en la actividad turística, para lograr una caracterización de los mismos desde un enfoque económico, social y cultural.
3. Análisis de la gestión de emprendimientos turísticos: Esta actividad comprendió la aplicación de encuestas a una muestra de 37 emprendedores turísticos que constan como establecimientos formales en el GAD municipal del cantón Bolívar para reunir información base y determinar la oferta y actividad turística del lugar, haciendo énfasis en elementos como atractivos, infraestructura y planta.

Fase II: Identificación de la gestión ambiental

En esta fase, se aplicó el método descriptivo histórico lógico para establecer el tipo de gestión ambiental que han aplicado los emprendimientos turísticos de Calceta; se realizaron las siguientes actividades:

1. Evaluación de la gestión ambiental de los emprendimientos turísticos: Se identificaron los principales aspectos e impactos ambientales de los emprendimientos turísticos a través de la matriz de Leopold, con dichos resultados se realizó una evaluación cualitativa del impacto ambiental resultante de la gestión de cada tipo de emprendimiento turístico localizado en la zona de estudio.
2. Evaluación de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de los emprendimientos turísticos: Teniendo como base la información recopilada en las actividades previas, se realizó la evaluación y respectivo análisis estratégico de la situación actual tanto turística como de los emprendimientos ubicados en el área urbana de Calceta ligados a la gestión ambiental mediante una matriz FODA.

Fase III: Diseño del plan integral de gestión ambiental

En esta fase, se aplicó el método analítico sintético para establecer la formulación y programación estratégica del plan de gestión ambiental para los emprendimientos turísticos localizados en la ciudad de Calceta, tomando como base los puntos descritos a continuación:

1. Identificación de estrategias y programas ambientales.

Resultados

Fase 1. Diagnóstico situacional

Determinación de la Zona de estudio

San Agustín de Calceta es la única parroquia urbana del cantón Bolívar y, además, es la capital de dicho cantón; está ubicada en las coordenadas Latitud: -0.85 y Longitud: -80.1666667; por su extensión atraviesan los caudales de los ríos Carrizal y Mosca (figura 4). El relieve de Calceta es relativamente plano, con una temperatura promedio de 25.5°C, precipitaciones anuales de hasta 1.300 mm y una humedad relativa del 81%; en su área montañosa existe vasta vegetación, sin embargo, todo este territorio presenta cierto deterioro de la calidad ambiental (GAD de Bolívar, 2015a).

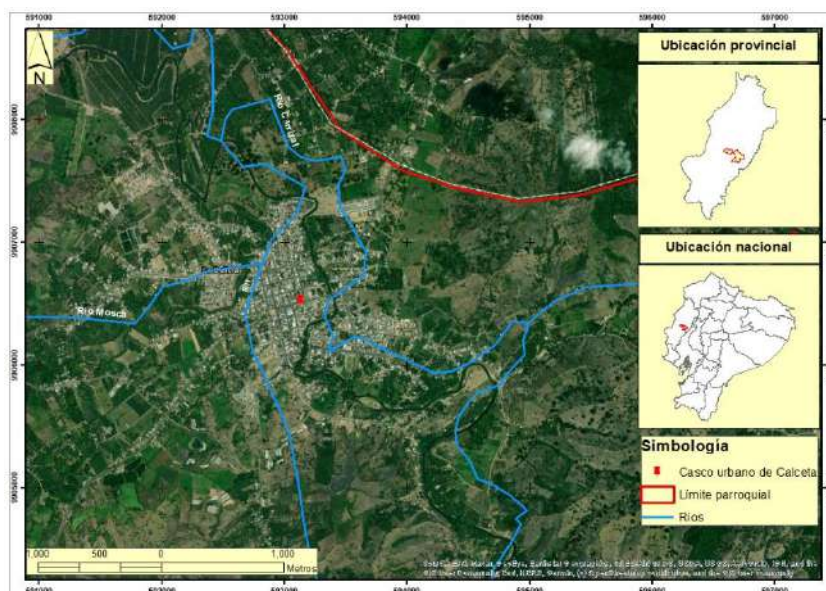


Figura 4. Ubicación geográfica de Calceta. Fuente: Elaboración propia.

Análisis económico, social y cultural de Calceta

La ubicación geográfica de Calceta permite que se generen diversas actividades económicas, destacándose el sector agropecuario pues el 29.25% del suelo es utilizado para la producción de cultivos y pasto, además, el 65.71% de la población económicamente activa se dedica a esta actividad; por otra parte, el 6.96% de los calcetenses ejerce el comercio al por mayor y menor y el 2.51% se desempeña en industrias manufactureras; de este modo, esta ciudad se ha convertido en el eje y asentamiento del desarrollo económico del cantón Bolívar (GAD de Bolívar, 2015b). Las actividades predominantes de Calceta corresponden a la agricultura y ganadería, no obstante, también se realizan sembrío de ciclo corto y producción artesanal de ollas de barro, sombrero de paja mocora, entre otras. Así también, la actividad turística tiene un

impacto en la economía local a través de los emprendimientos de alojamiento, restauración, recreación y más; aunque el turismo no se ha potencializado en esta ciudad.

La riqueza cultural de Calceta se debe a su marcada identidad; esta ciudad fue asentamiento de culturas arqueológicas precolombinas como: Chorrera, Los Caras, Valdivia, entre otros; encontrándose vestigios antiguos en toda la extensión de la parroquia (Gobierno Provincial de Manabí, 2015). La riqueza cultural de Calceta incluye la conservación de vivas expresiones como la frase “*al empate Calceta*” o “*Calceta la sin par*”, mismas que han perdurado a lo largo del tiempo y que se expresan cotidianamente por sus habitantes; otro aspecto importante constituye la celebración de su fiesta de cantonización (13 de octubre) y fiesta patronal (28 de agosto).

En cuanto a su patrimonio histórico, cabe mencionar el Reloj Público y Museo Arqueológico Histórico Luis Félix López (figura 5), mismos que representan un ícono de los más significativos culturalmente hablando. Por otra parte, las tradiciones y costumbres familiares se reflejan en la dedicación de los calcetenses que elaboran artesanías con paja mocora, caña, algodón, entre otros; y, referente a la gastronomía, los platos típicos incluyen tonga, caldo y seco de gallina criolla, la cuajada, los dulces, etc. Otro aspecto importante lo constituyen las leyendas y cuentos enmarcados en una reflexión netamente montubia (GAD de Bolívar, 2015b).



Figura 5. Patrimonio histórico de Calceta. Fuente: GAD de Bolívar 2015a.

Gestión de emprendimientos turísticos

En el casco urbano de la parroquia Calceta se concentra la mayor parte de la infraestructura turística, misma que cuenta con condiciones básicas de servicio, viabilidad y transportación; sin embargo, el sector turístico en esta zona es incipiente. Con base en los recursos de la parroquia (tabla 2), las potencialidades turísticas se orientan al turismo de naturaleza y turismo cultural, por lo tanto es factible para una adecuada implementación del turismo sostenible.

Tabla 2. Recursos turísticos de Calceta.

Número	Recurso o atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Balneario Platanales	Sitio natural	Ríos	Ribera
2	Fiestas patronales de San Agustín	Manifestación cultural	Acontecimientos programados	Fiestas
3	Quinta Colina del Sol	Manifestación cultural	Etnografía	Tradiciones y creencias populares
4	Artesanías en paja mocora	Manifestación cultural	Etnografía	Artesanías, tejidos en paja
5	Quinta El Rocío	Sitio natural	Lago	Laguna
6	Quinta Orgánica Sarita	Sitio natural	Explotación	Agricultura
7	Corporación Fortaleza del Valle	Sitio cultural	Explotación industrial	Procesamiento de cacao
8	Parque Abdón Calderón	Manifestación cultural	Arquitectura	Espacios urbanos
9	Iglesia San Agustín	Manifestación cultural	Arquitectura	Religión
10	Parque Simón David Velázquez	Manifestación cultural	Arquitectura	Espacios urbanos
11	Parque Ferroviario	Manifestación cultural	Arquitectura	Espacios urbanos
12	Plaza Cívica de Bolívar	Manifestación cultural	Arquitectura	Espacios urbanos
13	Festival del Balsero del Carrizal	Manifestación cultural	Acontecimiento programado	Tradiciones y creencias populares
14	Festival de San Juan	Manifestación cultural	Acontecimiento programado	Tradiciones y creencias populares
15	Artesanías en barro	Manifestación cultural	Etnografía	Artesanía en barro

Fuente: GAD de Bolívar 2015a

La valoración del inventario de recursos turísticos de la ciudad de Calceta fue realizada por el área de turismo del GAD cantonal de Bolívar, tomando en cuenta el valor tanto paisajístico como cultural. Dado que estos recursos son utilizados de manera ineficiente, es necesario establecer estrategias que potencien el turismo y permitan el aprovechamiento sostenible de los recursos de la ciudad. Debido a que, se presta poca importancia al valor histórico de Calceta, las raíces culturales se están perdiendo, resultando necesario realizar actividades que integren a la sociedad, con los emprendimientos turísticos y la empresa pública para evitar la degradación del valor cultural.

Respecto a la infraestructura turística, en Calceta se evidencian diversas limitantes pues no existe una demanda turística continua; además, las autoridades responsables no han implementado la planificación y ejecución de programas de regulación para los establecimientos turísticos (tabla 3) en los cuales el servicio que ofertan es deficiente.

Tabla 3. Servicios e infraestructura turística de la parroquia Calceta.

Establecimientos	Número	Capacidad (personas)
Alojamiento	8	162
Restauración formal	26	452
Restauración informal	33	480
Centros de diversión	8	2520

Fuente: GAD de Bolívar 2015a.

Acorde al GAD del cantón Bolívar, la parroquia Calceta presenta un alto nivel para la realización de las actividades de turismo cultural y turismo rural por sus características culturales y sociales; además, presenta un nivel medio para desarrollar actividades de ecoturismo, turismo de aventura, turismo comunitario y ferias y congresos. A nivel cantonal no existe una línea de transporte turístico, no obstante, existe una línea de buses urbanos que operan en el centro de la ciudad y sus alrededores; de manera similar al contexto nacional, también están las líneas de buses de cooperativas que trasladan pasajeros desde otras ciudades hasta el terminal terrestre de Calceta. En cuanto a la demanda turística, de acuerdo con el GAD de Bolívar en el año 2019 llegaron aproximadamente 25000 visitantes, dato recopilado en temporada alta que corresponde a Carnaval, fiestas de San Juan, festivales de regatas y balseros.

A partir de la catástrofe sísmica ocurrida en 2016 denominada 16A, el GAD cantonal otorgó el libre funcionamiento de los emprendimientos (especialmente comedores y restaurantes) por un periodo de un año, con la finalidad de potenciar la recuperación económica del cantón. Actualmente, se encuentran registrados 37 establecimientos turísticos (tabla 4) tanto en el centro de la ciudad como en sus alrededores.

Tabla 4. Emprendimientos turísticos de la parroquia Calceta.

Tipos de emprendimientos en la ciudad de Calceta	
Alojamiento	8
Restaurantes	26
Recreación	3

Fuente: Elaboración propia.

Aunque los emprendimientos identificados en la tabla 4 cuentan con el registro y permiso de funcionamiento respectivos, ninguno de estos cuenta con un sistema de gestión ambiental que mitigue los impactos negativos de los bienes o servicios que ofertan; siendo los emprendimientos de restauración y recreación los que más impactos negativos generan, pues el expendio de alimentos genera desechos sólidos que se acumulan en bolsas negras sobre las aceras hasta que el recolector municipal realice la respectiva disposición final. Con lo que se evidencia la necesidad de capacitar a quienes laboran en dichos emprendimientos.

La gestión turística por parte del GAD de Bolívar es limitada, recién a partir del año 2019 iniciaron con la elaboración del plan de desarrollo turístico, además según la jefe de Turismo del GAD de Bolívar no posee aun la totalidad de las competencias

turísticas, con lo cual el control y seguimiento de las actividades turísticas son desorganizadas y con deficiente calidad.

Fase II Identificación de la gestión ambiental

Evaluación de la gestión ambiental

En la parroquia Calceta, la gestión y conciencia ambiental son inapropiadas, existiendo contaminación al medio físico y degradación de los recursos naturales (GAD del cantón Bolívar, 2015). Las actividades agropecuarias junto con el turismo son las que menos gestión ambiental desempeñan contribuyendo significativamente a la degradación ambiental de Calceta. Aunque el turismo no se desarrolla cotidianamente, en las fechas de festejos los turistas generan un notable impacto negativo en la ciudad, y, ante esta realidad, los emprendimientos existentes apenas realizan procesos rústicos de gestión ambiental, colocando sus residuos en fundas plásticas, con un desconocimiento sobre el manejo de aguas residuales (figura 6), sin que la Unidad de Ambiente, Sanidad Local y Desechos Sólidos del GAD cantonal realice ningún control ambiental. En la parte urbana hay una seria problemática partiendo desde la recolección de los desechos de la ciudad que se lo realiza de manera inadecuada depositándolos en un terreno donde se mezcla con tierra para evitar los incendios producidos por desechos inflamables y contrarrestar los malos olores.



Figura 6. Contaminación ambiental en cuerpos hídricos de Calceta.
Fuente: Elaboración propia.

Se evaluó el tratamiento y calidad del agua, uso de energía, manejo de residuos y contaminación acústica para determinar los aspectos ambientales de los emprendimientos turísticos y encontrar las estrategias de mitigación más adecuadas. Como se muestra en la tabla 5, el 100% de los emprendimientos turísticos poseen un consumo energético basado en recursos no renovables y de agua potable municipal; el 75% no realiza ningún tipo de separación de desechos en la fuente; el 45% realiza una asepsia continua y, el 89% genera contaminación acústica.

Tabla 5. Resultados de la aplicación de indicadores de gestión ambiental en los emprendimientos turísticos.

Aspecto básico	Cuestión evaluada	Total	Porcentaje
Gestión energética	Energía	37	100%
	Energía renovable	0	0%
Gestión del recurso hídrico	Consumo de agua	37	100%
	Reutilización del agua	0	0%
Aguas residuales	Tratamiento	0	0%
	Instalaciones de tratamiento	0	0%
Gestión de residuos sólidos	Producción de residuos	28	75%
	Residuos reciclados (vidrio)	10	27%
	Residuos reciclados (plástico)	19	51%
	Valoración de la limpieza del establecimiento	17	45%
	Reciclaje de papel/cartón	12	32%
Contaminación atmosférica	Contaminación acústica	33	89%

Fuente: Elaboración propia.

Mediante entrevista personal al encargado de la Unidad de Ambiente, Sanidad Local y Desechos Sólidos del GAD cantonal, se conoció que existe un proyecto piloto sobre educación ambiental para la clasificación de desechos en la fuente; además, existen ordenanzas sobre ruido, vertidos líquidos, acción integral de desechos sólidos y gestión integral de desechos peligrosos, más se indicó que no se da el cumplimiento respectivo a dichas normativas.

Para obtener la evaluación de los impactos ambientales provocados por los emprendimientos turísticos, se empleó la matriz de Leopold (relación causa – efecto) a un total de 10 emprendimientos (cinco establecimientos de restauración, dos de recreación y tres de alojamiento) considerando aquellos que poseen la mayor demanda de servicios en Calceta; los resultados de la matriz aplicada se resumen en la tabla 6.

Tabla 6. Resultados de la evaluación de impacto ambiental de emprendimientos turísticos en Calceta.

Emprendimiento	Afectaciones positivas (%)	Afectaciones negativas (%)	Agregación de impacto	Categoría
Restaurant Mesón del Mar	21.88	78.13	-38	Baja adversidad
Restaurant Asoalforucos	21.88	78.13	-36	Baja adversidad
Comedor Tía María	18.75	81.25	-35	Baja adversidad
Comedor Nallely	21.88	78.13	-29	Baja adversidad
Restaurant Mami Nina	21.88	78.13	-28	Baja adversidad
Quinta Linda	21.00	79.00	-47	Mediana adversidad
Centro Recreacional Cipriano	20.59	79.41	-54	Mediana adversidad
Hotel Calceta	28.57	71.43	-31	Baja adversidad

Hotel Carrizal Inn	21.88	78.13	-32	Baja adversidad
Mi Hotel	21.43	78.57	-29	Baja adversidad

Fuente: Elaboración propia.

Los emprendimientos de restauración se encuentran en la categoría de baja adversidad al ambiente, pues sus actividades son de bajo impacto; sin embargo, resulta importante establecer medidas en cuanto al manejo del recurso hídrico y la generación de desechos líquidos provenientes de la preparación de alimentos. En cuanto a los sitios de recreación, mostraron mediana adversidad al ambiente, debido a la abundante generación de aguas residuales y emisiones atmosféricas, resultando necesario que se aplique un programa de manejo ambiental respectivo. Por otra parte, los emprendimientos de alojamiento presentaron una categoría de baja afectación al ambiente, siendo el aspecto principal la generación de residuos líquidos y emisiones atmosféricas, por lo que el componente con más afectación es el aire. Resulta oportuno destacar que todos los emprendimientos presentan impactos positivos como la generación de empleos que aporta a la mejora de la calidad de vida local.

Evaluación FODA

Acorde a la matriz FODA, la mayor fortaleza de los emprendimientos turísticos de Calceta es su ubicación estratégica en el centro de la ciudad; su mayor oportunidad es el financiamiento de emprendimientos mediante la banca pública y privada; la más grande debilidad corresponde a la escasa capacitación del recurso humano que opera estos establecimientos; y, la principal amenaza es la escasez de inversión en el sector turístico debido a la difícil situación económica del país. Mediante este análisis, se determinó que las estrategias a implementar deben ser defensivas.

Fase III Diseño del Plan Integral de Gestión Ambiental

El plan integral de gestión ambiental para los emprendimientos turísticos de la ciudad de Calceta (figura 7) busca mitigar los impactos ambientales negativos provocados por los emprendimientos turísticos, los cuales, son parte importante del desarrollo local. En el plan, se establecen siete programas de manejo ambiental y dos programas de seguimiento. En cada uno de ellos se destaca: aspecto ambiental, impacto identificado, medidas propuestas, indicadores, medios de verificación, periodicidad, entidad ejecutora y monto (costo de implantación de cada programa expresado en dólares). Así, en el plan se detallan los siguientes programas:

- Programa de prevención y mitigación de impactos de los emprendimientos de restauración.
- Programa de prevención y mitigación de impactos de los emprendimientos de alojamiento.
- Programa de prevención y mitigación de impactos de los emprendimientos de recreación.

- Programa de manejo de desechos sólidos de los emprendimientos de restauración, alojamiento y recreación.
- Programa de capacitación para la educación ambiental de los establecimientos de restauración.
- Programa de capacitación para la educación ambiental de los establecimientos de alojamiento y recreación.
- Programa de protección, bienestar y salud de la población de la ciudad de Calceta.
- Seguimiento del plan de gestión ambiental en los emprendimientos de restauración y alojamiento.
- Seguimiento del plan de gestión ambiental en los emprendimientos de recreación.



Figura 7. Carátula del plan integral de gestión ambiental para los emprendimientos turísticos de la ciudad de Calceta. Fuente: Elaboración propia.

Discusión

Acorde a criterios de Mensah (2019) el medio ambiente es el producto base de la industria turística, pues las actividades de este sector están influenciadas por los recursos naturales de un destino; la gestión turística, por otro lado, proporciona la motivación y los recursos para promover la conservación. Por lo que se denota una estrecha relación entre turismo y ambiente.

Se ha determinado que los factores motivadores y barreras del desempeño ambiental (de carácter no obligatorio) en el sector turístico se originan, fundamentalmente, en el compromiso voluntario de los propietarios; no obstante, un comportamiento responsable y sostenible mejora significativamente la reputación del establecimiento, aunque no se percibe una presión significativa por parte de la sociedad en este sentido (Armas et al., 2017). En tal sentido, se debe reflexionar sobre la escasa capacidad motivacional de los emprendedores para quienes, al menos en el corto plazo, están centrados en los beneficios comerciales al aplicar planes de gestión ambiental y no por la conservación en si del ambiente.

Dada la importancia del capital humano y la fuerte dependencia del turismo de los recursos naturales, un mayor desarrollo de la industria de manera sostenible es clave para seguir siendo competitivo; esto también ha sido reconocido a nivel político en entidades como la Unión Europea puesto que; los servicios turísticos como alojamiento, alimentos y bebidas involucran una amplia gama de actividades que dan lugar a diversas presiones ambientales y, en última instancia, impactos (Styles et al., 2013).

Y es que, en muchos destinos y regiones, lidiar con aspectos ambientales como la generación de desechos sólidos se está convirtiendo en un desafío urgente a medida que aumenta la cantidad de desechos, y el costo de disponerlos de manera sostenible aumenta a un ritmo cada vez mayor (Jamieson et al., 2003). Siendo ésta, una realidad que también afecta a los emprendimientos turísticos de la ciudad de Calceta, donde los desechos sólidos generados en las instalaciones turísticas alteran los hábitats de la vida silvestre y destruyen la belleza del destino, amenazando su bienestar económico.

Respecto al recurso hídrico, el suministro de agua se convierte en un problema cada vez más urgente y la industria del turismo tiene la responsabilidad de conservar el agua siempre que sea posible; además, el acceso a agua limpia y segura se convertirá en un determinante importante en la ubicación de una empresa turística o para garantizar la viabilidad de las operaciones existentes; por otro lado, la necesidad de lidiar con las aguas residuales de manera sostenible ahora se considera esencial para el potencial continuo de un destino turístico (Jamieson et al., 2003). Bajo esta perspectiva, los programas de mitigación de impactos de los emprendimientos de Calceta contemplan el uso correcto del agua, así como mejoras en la gestión de aguas residuales.

Conclusiones

Los emprendimientos turísticos de la ciudad de Calceta generan impactos ambientales positivos (generación de empleo) y negativos (contaminación del aire, agua y suelo) sin que las entidades pertinentes implementen medidas de control o prevención para evitar la degradación de los recursos naturales de la zona; esta falta de medidas promueve que la población actúe de manera inconsciente en cuanto a la gestión ambiental. Este efecto se agudiza porque las actuales regulaciones, de patente municipal, no requieren de programas de gestión ambiental para emprendimientos turísticos ocasionando falencias que se acentúan con el pasar del tiempo. La mayoría de los emprendimientos turísticos en Calceta, presentan aspectos ambientales como uso del recurso hídrico, emisiones atmosféricas y el ruido que se genera en sus procesos, existiendo un elevado número de afectaciones negativas.

Un plan integral de gestión ambiental, que todo GAD debería disponer y aplicar, describe cómo introducir medidas de gestión de desechos sólidos, agua, emisiones atmosféricas, ruido y aguas residuales en los emprendimientos turísticos; por tanto, es de alta importancia ambiental que este plan integral sea socializado, implementado y monitoreada su aplicación en el GAD de Bolívar; pues, la adopción del plan de gestión implica un cambio en la actitud de la dirección y el personal de la administración

municipal para gestionar eficientemente la generación de residuos sólidos y aguas residuales. Además, los administradores de los emprendimientos turísticos manifestaron disponibilidad para capacitarse e implementar el plan de gestión ambiental.

Referencias

- Armas, Y., Sanfiel, A., y González, O. (2017). Environmental management of the tourist accommodation industry and sustainable governance in a protected area. *Universia Business Review*, (56), 84-105. Tomado de: <https://www.redalyc.org/pdf/433/43353864005.pdf>, el 10 de diciembre de 2021.
- Buckley, R. (2011). Tourism and Environment. *Annual Review of Environment and Resources*, 36(1), 397-416. Tomado de: <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev-environ-041210-132637>, el 20 de noviembre de 2021.
- Caicedo, D., Escobar M., y Ureta, M. (2020). Comparative analysis of tourism observatories for their implementation in the City of Portoviejo-Manabí- Ecuador. *Revista Espacios*, 41(45). Tomado de: <https://www.revistaespacios.com/a20v41n45/a20v41n45p10.pdf>, el 17 de diciembre de 2021.
- GAD de Bolívar. (2015a). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015 – 2026. Tomado de: <https://odsterritorioecuador.ec/wp-content/uploads/2019/04/PDOT-CANTON-BOLIVAR-2016-2025.pdf>, el 15 de diciembre de 2021.
- GAD de Bolívar. (2015b). Problemas identificados en la mesa de concertación. Ecuador. Tomado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360000390001_CANTON%20BOLIVAR%20PDYOT%202015_16-03-2015_16-43-46.pdf, el 12 de noviembre de 2021.
- Christiansen, H., y Garcia, E. (2015). An Overview of Corporate Environmental Management Practices. Joint Study by the OECD Secretariat and EIRIS. Tomado de: <https://www.oecd.org/daf/inv/corporateresponsibility/18269204.pdf>, el 24 de octubre de 2021.
- Dickinson, J., y Lumsdon, L. (2010). *Slow Travel and Tourism*. Earthscan. United Kingdom.
- Font, M., y Petrus, J. (2021). Metodología para la gestión integrada e inteligente de destinos turísticos de Manabí – Ecuador. *International Journal of Professional Business Review*, 6(1), 1-15. doi:<http://dx.doi.org/10.26668/businessreview/2021.v6i1.208>
- García, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *CULTUR*, 11(2). Tomado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6311570.pdf>, el 27 de octubre de 2021.
- García, N. Carreño, A. Doumet, Y. (2017) Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Bolívar post terremoto del 16 de abril (Ecuador). *ECA Sinergia*, 7(2), 26 – 39, Tomado de.

<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/334/1274>. Pdf, el 15 de noviembre de 2021.

GeoparkLIFE. (2017). Good Practice Guide The role of tourism enterprises. Ireland. Tomado de: http://www.burrengeopark.ie/wp-content/uploads/2017/11/Good_Practice_Guide_The_role_of-_tourism_enterprises.pdf, el 15 de noviembre de 2021.

Gobierno Provincial de Manabí. (2015). Gobierno provincial asume competencia ambiental. Quito. Ec. Tomado de: <http://www.manabi.gob.ec/9319-gobierno-provincial-asume-competencia-ambiental.html>, el 17 de noviembre de 2021.

Hillary, R. (2004). Environmental management systems and the smaller enterprise. *Journal of Cleaner Production*, 12(6), 561–569. doi:10.1016/j.jclepro.2003.08.006

Jamieson, W., Kelovkar, A., Sunalai, P., y Mandke, P. (2003). *A Manual for Water and Waste Management: What the Tourism Industry Can Do to Improve Its Performance*. Programa del Medio Ambiente de las Naciones Unidas. Tomado de: https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9432/-A%20Manual%20for%20Water%20and%20Waste%20Management_%20What%20the%20Tourism%20Industry%20Can%20Do%20to%20Improve%20Its%20Performance-2003648.pdf?sequence=2&%3BisAllowed=, el 21 de noviembre de 2021.

Kilipiris, F., y Zardava, S. (2012). Developing Sustainable Tourism in a Changing Environment: Issues for the Tourism Enterprises (Travel Agencies and Hospitality Enterprises). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44, 44–52. doi:10.1016/j.sbspro.2012.05.003

Masanet, M. (2012). Environmental Management in Businesses: Does It Make Money? An Accounting Perspective. Tomado de: <https://www.intechopen.com/chapters/38105>, el 4 de diciembre de 2021.

Mensah, I. (2007). Environmental management and sustainable tourism development: The case of hotels in Greater Accra Region (GAR) of Ghana. *J Retail Leisure Property* 6, 15–22 (2007). Tomado de: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1057/palgrave.rlp.5100039.pdf>, el 2 de diciembre de 2021.

Mensah, I. (2019). *Environmental Management Concepts and Practices for the Hospitality Industry*. Cambridge Scholars Publishing. Tomado de: <https://www.cambridgescholars.com/resources/pdfs/978-1-5275-3630-2-sample.pdf>, el 5 de octubre de 2021.

Mestanza, C., Chica, J., Anfuso, G., Mooser, A., Botero, C., y Pranzini, E. (2020). Tourism in Continental Ecuador and the Galapagos Islands: An Integrated Coastal Zone Management (ICZM) Perspective. *Water*, 12. Toamdo de: <https://www.mdpi.com/2073-4441/12/6/1647/pdf>, el 14 de diciembre de 2021.

- Ministerio de Educación de Bolivia. (2018). Emprendimientos productivos. Texto guía. Tomado de: <http://saludpublica.bvsp.org.bo/cc/bo40.1/documentos/838.pdf>, el 12 de octubre de 2021.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). Proyecto: “Fomento al Emprendimiento Turístico y Mejoramiento de las Mipymes Turísticas de la TEA (Actividad emprendedora temprana)” 2018-2021. Tomado de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/FOMENTO-AL-EMPREDIMIENTO-TURSTICO-19102018.pdf>, el 15 de octubre de 2021.
- Oyarvide, H., Nazareno, I., Roldán, A., y Ferrales, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. Retos de la Dirección, 10(1), 71-93. Tomado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006&lng=es&tlng=es, el 3 de noviembre de 2021.
- Perkumienė, D., Pranskūnienė, R., Vienažindienė, M., y Grigienė, J. (2020). The Right to A Clean Environment: Considering Green Logistics and Sustainable Tourism. International journal of environmental research and public health, 17(9), 3254. Tomado de: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7246658/>, el 20 de octubre de 2021.
- Pimentel, M., Guiñan, A., Acosta, Y. (2016). Estrategias de gestión ambiental para impulsar el turismo sostenible como actividad socio-productiva en Playa Sur, Adícora, Estado Falcón, Venezuela Multiciencias, 16(3). 277-287. Tomado de: <https://www.redalyc.org/pdf/904/90453464006.pdf>, el 18 de diciembre de 2021.
- Ruiz, H. (2017). Adverse Environmental Effects of Tourism on Communities in the Ecuadorian Highlands Region. Current Urban Studies, 5. 348-355. <https://doi.org/10.4236/cus.2017.53019>
- Sethi, J. (2015). Entrepreneur: Types and Functions. Tomado de: <https://ecestudy.files.wordpress.com/2015/02/entrepreneur-types-and-functions.pdf>, el 8 de octubre de 2021.
- Sharpley, R. (2009). Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability? Earthscan. United Kingdom.
- Shiguango, D., Espín, C., Olivo, J., y Pinta, M. (2021). Modelo de gestión para los centros de turismo comunitario del cantón Archidona. Revista Ciencia Digital, 5(2). 74-100. Tomado de: <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/article/download/1655/4153/>, el 15 de diciembre de 2021.
- Styles, D., Schönberger, H., y Galvez, J. (2013). Best Environmental Management Practice in the Tourism Sector. Unión Europea. Tomado de: <https://ec.europa.eu/environment/emas/takeagreenstep/pdf/TourismBEMP.pdf>, el 1 de octubre de 2021.

Tiwari, A, Nasreen, S., e Iqbal, Z. (2020). Nexus between tourism and environmental pollution in South Asia: a comparative analysis using time-varying and non-parametric techniques. *Current Issues in Tourism*, 1–25. doi:10.1080/13683500.2020.186207



Tourist potential of Balkan traditional food: locals' perspective

Potencial turístico de la cocina tradicional balcánica: la perspectiva local¹

Aleksandra Terzić

a.terzic@gi.sanu.ac.rs

<https://orcid.org/0000-0002-0272-696X>

Geographical Institute "Jovan Cvijić", Serbian Academy of Sciences and Arts²

Ana Jovičić Vuković

ana.jovicicvukovic@vps.ns.ac.rs

<https://orcid.org/0000-0003-0022-674X>

Bojana Kovačević Berleković

b.k.berlekovic@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9315-3617>

Novi Sad School of Business, Novi Sad, Serbia³

¹ Manuscrito recibido el 16 de marzo del 2022, y aceptado tras revisión editorial y de pares doble ciego el 05 de agosto del 2022. Turismo, desarrollo y buen vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística-RICIT. no. 16 (2022) Publicación anual. ISSN: 1390-6305 ISSN-e: 2588-0861

² Aleksandra Terzić. PhD is a Senior Research Associate at Geographical Institute "Jovan Cvijić" of Serbian Academy of Sciences and Arts.

³ Ana Jovičić Vuković, PhD, works as a lecturer in field of tourism management at the Novi Sad School of Business. Bojana Kovačević Berleko. PhD is a lecturer in field of tourism management at the Novi Sad School of Business.

Abstract

The main goal of this research is to highlight the specifics and tourist potential of Balkans cuisine from the perspective of the local population. This study examines whether Balkan cuisine's image is considered a multidimensional construct and whether there are differences in traditional cuisine perception in different Balkan countries, indicating a relationship between the extracted dimensions and the tourist potential. The research design was based on a semi-structured survey conducted with a sample of 110 respondents from five Balkan countries (Southeast Europe). Standard statistical testing was performed using SPSS version 24.0. The results confirmed the multidimensionality of the perceived Balkan cuisine image, for which four variables were selected. No statistically significant differences in the perception of the dimensions of Balkan cuisine were found among residents of the five countries. The results indicate that quality and uniqueness significantly contribute to the overall tourist potential of Balkan food, whereas the contribution of the nutritive characteristics of food is considered insignificant. Moreover, the recognition of the great value of Balkan gastronomy in tourism offers and tourism branding of the entire region is outlined. Combined qualitative-quantitative approach confirmed recognition of national food characteristics as common within a wider regional scope.

Key words: gastronomy, Balkan region, Balkan cuisine, food image, tourist potential

Resumen

El objetivo principal de esta investigación es resaltar las especificidades y el potencial turístico de la cocina Balcánica desde la perspectiva de la población local. Este estudio examina si la imagen de la cocina Balcánica se considera una construcción multidimensional y si existen diferencias en la percepción de la cocina tradicional en diferentes países balcánicos. También esto poder indicar relación entre las dimensiones extraídas y el potencial turístico. El diseño de la investigación se basó en una encuesta realizada con una muestra de 110 encuestados de cinco países de región Balcanes (Sureste de Europa). Las pruebas estadísticas estándar se realizaron con SPSS versión 24.0. Los resultados confirmaron la imagen multidimensional percibida de la cocina balcánica, para lo cual se seleccionaron cuatro variables. No se encontraron diferencias estadísticamente significativas en la percepción de las dimensiones de la cocina balcánica entre los residentes de los cinco países. Los resultados indican que la calidad y la singularidad contribuyen significativamente al potencial turístico general de la gastronomía de los Balcanes. Alrededor de eso, la contribución de las características nutritivas de la comida tradicional se considera insignificante. Además, se destaca el reconocimiento del gran valor de la gastronomía Balcánica en la oferta turística y la marca turística de toda la región. El enfoque cualitativo-cuantitativo combinado confirmó el reconocimiento de las características alimentarias nacionales como comunes dentro de un ámbito regional más amplio.

Palabras claves: gastronomía, región de los Balcanes, cocina Balcánica, imagen de cocina, potencial turístico.

Introduction

Food plays an important role in the promotion of tourism. Gastronomy is an important aspect of tourism development, representing cultural heritage assets as well as the climate, culture, and history of a place that affect food characteristics. Food and nutrition reflect the cultural identity of a certain region, connecting places and identities, and the social, cultural, and natural characteristics of certain areas. Hence, local gastronomic traditions are important in creating tourism products and destination images (Cordova-Buiza et al. 2021; Demirović et al., 2017). Local food provides a destination with a unique strategic position (Horng & Tsai, 2010; Sánchez, et al., 2015), granting tourists fully authentic gastronomic experiences.

Tourist destinations promote links between territory and gastronomy through the development and improvement of tourist offers based on specific national cuisine or regional/local dishes (Pamukçu et al. 2021; Timothy, 2016). Some scholars argue that each region possesses authentic agricultural/food products and dishes that are interesting to tourists (Kalenjuk & Đerčan, 2012; Sánchez-Cañizares & López-Guzmán, 2012). Such gastronomic uniqueness might adhere to an easier differentiation process in the competitive tourist market. The use of food as a brand creation resource allows the incorporation of cultural resources into the urban planning process, as culture is a significant factor in the image promotion and preservation of regional identity (Lin et al., 2011). Guidelines for the development of gastronomic tourism (UNWTO, 2019) outline the importance of raising awareness and recognizing local gastronomy as a cultural heritage. Thus, strengthening culinary identity through local products is an important step in the development of gastronomy tourism.

The preconditions for joint regional brand development are stakeholder cooperation and the recognition of joint cultural heritage (reflected in gastronomy). However, research has indicated insufficient willingness and incorporation of local communities in the decision-making process, as well as a lack of inter-sectoral connectivity, negatively affecting the general recognition and protection of cultural resources (Terzić et al., 2015). Opinions and stands of locals about local cultural heritage are important for recognizing the attractiveness and assessing the possibility of including local tourism assets in the tourism development process (Terzić et al., 2015). Sustainable tourism development refers to the development of tourism that provides direct benefits to local populations. The Second Global Report on Gastronomy Tourism confirmed that the development of gastronomy tourism enhances the livelihood of the local community (UNWTO, 2017).

Balkan cuisine emerged because of the mixing of various nations and cultures during the turbulent history of the Balkans, which left their marks on the gastronomic traditions of the area. Characteristics of Balkan cuisine as particularly important in the

context of the creation of a potential regional tourist brand (Jovičić Vuković & Terzić, 2020). Radović Marković and Pindžo (2020) indicate that, despite Western Balkan's economies having rich and varied gastronomic offers, they are insufficiently used for marketing or added value of the overall tourist offer. The main aim of the research is to analyze the locals' perceptions of Balkan cuisine's image and define the possibilities and perspectives of gastronomy tourism development. The obtained results can serve as a tool that destination managers can use to create a basis for tourism image-building strategy and give a provision for the creation of a unique Gastronomy Tourism Brand of the Balkan region.

Literature Review

Gastronomy and Tourism

The gastronomic offer is a key factor in the positioning of tourist destinations worldwide. The dynamism of the global tourist environment has incorporated gastronomy into existing tourist products to improve tourist offers, attract more tourists, and extend the tourist season (Blešić et al., 2021; Getz & Robinson, 2014). One of the main reasons is the strong connection between certain localities and certain types of food, such as the unbreakable link between land, climate, and food product types in a particular country (Gajić et al., 2020). According to UNWTO (2017) report, gastronomy is a distinctive and strategic element that defines the image and destination brand.

Gastronomy tourism involves travel that focuses primarily on consuming local food and beverages, including introducing different cultures, acquiring knowledge, and understanding the quality or attributes of tourist products and culinary delights in certain regions. In addition, gastronomy tourism includes activities such as visits to food producers and gastro-events (Gajić et al., 2021; Kim et al., 2013; Son & Xu, 2013). Even when food is not the primary motive for travel, gastronomy is an indispensable part of every travel which adds value to traditional tourist visits and completes tourist experiences. The development and popularization of this tourism niche are supported by the creation of various theme routes based on gastronomy (Niedbała et al., 2020), TV shows (Hall & Mitchell, 2007; Kim et al., 2012), and gastro-bloggers (Madriz & Tejedor, 2020), etc. Certain products with geographical indications guarantee product specificity and quality (Pamukçu et al., 2021; UNWTO, 2012).

The development of gastronomy tourism brings synergistic economic effects (Andersson et al., 2017), especially in developing countries (Mgonja et al., 2017): tourism development outside the main tourist season (UNWTO, 2012), development of rural areas, support and motivation for entrepreneurship, employment and self-employment, increased consumer spending per tourist, marketing of local products, incentives for food and wine producers, and greater demand for local food products (Niedbała et al., 2020; Nikolić et al., 2020). Support for retaining authentic ambiance, culture, and traditions;

improving destination image; creating of a regional brand; and designing high-quality tourist products (Cordova-Buiza et al., 2021). Through the empowerment of local communities unique and competitive gastronomy provides sustainable development of destinations (especially in rural areas).

Relations between tourism and gastronomy can be observed from the point of view of consumers (residents or tourists), as well from the standpoint of food producers, and the impact that gastronomic tourism has on destinations. For an understanding of gastronomy tourism, studies examining motivation and tourist interest in food are of great importance (Cordova-Buiza et al., 2021), while pleasurable food experiences might become a reason for repeated visits (López-Guzmán et al., 2017). Push and pull factors determine gastronomy tourism. Su et al. (2020) indicates the existence of multidimensionality of food travel motivations and singles out three push factors (taste of food, socialization, and cultural experiences) and three pull factors (core food-tourism appeals, traditional food appeals, and local destination appeals).

Food Image

An image might be defined as a set of beliefs, ideas, and impressions about a product or a place. Extant literature explains food image (traditional cuisine) as a set of attributes that reflect the role that food has in the creation of a brand image of a destination (Lin et al., 2011; Sims, 2009). The study of Lin et al. (2011) describes the use of food as a form of destination identity from stakeholders' perspectives. Her results show that certain destinations and countries can increase their competitiveness by building recognizable food and local cuisine images offered in the tourist market, particularly through promotion campaigns based on gastronomy. As a result, greater visitation of destinations is expected. Some studies have provided evidence of a significant relationship between destination food image and revisit intentions (Kim et al., 2012).

Traditional gastronomic destinations such as France, Italy, Mexico, and Japan use food as basic attractiveness attributes. These countries went even a step further in legitimizing traditional cuisine and local food culture under the UNESCO Intangible Cultural Heritage, to gain a competitive position in food and cuisine images that will influence tourists' decision making (Cuccia et al., 2016; Pearson and Pearson, 2016). As Mohanty et al. (2020) note, tourism enables the creation of a food pathway emphasizing the biological sustenance performed by food functions that are essential for visitors. It also provides them with opportunities to learn about various cultures through food and local dishes.

More recently, various studies are dedicated to the connections between gastronomy and tourism, published in leading international journals indexed by the SSCI (Okumus et al., 2018), focusing on destinations renowned by food. In particular, Italy, France, Japan, and Hong Kong are among destinations whose brand images are

intrinsically connected with their national identity (UNWTO, 2012). Studies that examine developing countries and destinations have appeared in the academic literature more recently, and several studies have considered food cultures in the Balkan region (Jovičić Vuković & Terzić, 2020; Nikolić et al., 2020; Peštek & Činjurević, 2014; Vuksanović et al., 2019; Vuksanović & Demirović Bajrami, 2020; Uğurlu, 2015). Research devoted to gastronomy tourism and food-related issues in developing countries, often labeled as emerging tourism destinations, especially in the Western Balkans (Albania, Bosnia and Herzegovina, the Former Yugoslav Republic of Macedonia and Serbia), is limited (Yasami et al., 2020). Previous studies have shown that the perceived image of local food is a multidimensional phenomenon, indicating that it is possible to identify the following food dimensions: (1) appearance, (2) health-related characteristics, (3) uniqueness and (4) other characteristics (Gupta et al., 2020). Lai et al. (2018) has different attributes: (1) place and geographic environment; (2) food and cuisine culture; (3) food and people; (4) food quality; (5) dining places/restaurants; and (6) food activities. Vuksanović and Demirović Bajrami (2020) outline four dimensions of local gastronomy: (1) uniqueness and cultural heritage, (2) food quality and price, (3) nutrition and health benefits of food, and (4) effective image of food.

Most studies consider the multidimensionality of local food from the perspective of tourist experiences (Chi et al., 2013; Vuksanović & Demirović Bajrami, 2020), while only a few consider the perceptions of residents on the same issue (Jovičić Vuković & Terzić, 2020; Lin et al., 2011). Previous studies dedicated to food images from a local perspective are more geographically oriented. Geographical boundaries are also important. They have implications for strategic management and destination planning, as economic, cultural, and political unity is often established within boundaries. The general focus of studies conducted on tourists overlooks the distinct local identities that are unique to a region as a whole (Lai et al., 2018).

The aim of this research is to examine the traditional cuisine of the Balkan region from a local perspective, seeking to:

- Identify dimensions of the perceived image of local cuisine.
- Examine whether there are any differences in the perceived image and characteristics of the local cuisine among residents of five Balkan countries.
- Investigate the relationship between dimensions of the perceived image of Balkan cuisine and tourist potential of gastronomy tourism within the Balkans.

The main aim of the research is operationalized through three hypotheses:

- H1. Image of the Balkan cuisine is multidimensional based on its basic characteristics.
- H2. There are no differences between perceptions of Balkan cuisine characteristics among residents of five Balkan countries.
- H3. The main characteristics of Balkan food (uniqueness, quality, and nutrition) have significant and positive effects on its tourist potential.

Methodology

Study area

The Balkans signify the region that encompasses the Balkan Peninsula in southeastern Europe, bordered by the Sava and Danube rivers in the north, Mediterranean, Black, Mramor, Egean, Ionian, and Adriatic seas. There are seven states in the Balkans: Albania, Bulgaria, Bosnia and Herzegovina, Greece, North Macedonia, Montenegro, Serbia.

It also includes parts of Italy, Romania, Slovenia, Croatia, and Turkey. Different nationalities, religious affiliations, customary practices, and cultures have influenced the dietary practices of people inhabiting this region. There is obvious intermingling of gastronomic characteristics and food preparation practices in its full variability. Nations that live in the Balkan Peninsula have developed different national cuisines but with multiple similarities (Jovičić Vuković & Terzić, 2020). Balkan cuisine is naturally diverse due to ethnic diversity and turbulent history. The entire region has experienced various influences, from ancient Greeks and Romans who started the production of olives and wine, to the Byzantium, Ottomans, but also Italian and German (Austro-Hungarian). Various cultures have determined the character of Balkan food culture, which goes beyond the borders of the individual countries of the region (Krasteva-Blagoeva & Bogueva, 2021), making Balkan cuisine and gastronomic customs more sophisticated (Uğurlu, 2015). According to Krasteva-Blagoeva and Bogueva (2021), culinary traditions in the Balkans are a complex system of joint cultural values and common nutritional practices, establishing and maintaining national cuisines within the framework of regional food culture.

To address the above-mentioned issues, non-probability sampling was used to recruit participants to form special online focus groups gathered virtually on the Zoom platform. The study included 110 respondents from five countries (Croatia, North Macedonia, Bosnia and Herzegovina, Montenegro, and Serbia). Apart from the joint discussion on various aspects of Balkan cuisine perception, a special questionnaire was developed and distributed to participants to provide a more concrete analysis of their traditional food perceptions. Data were coded and analyzed using the statistical software IBM SPSS 24.0. The statistical data processing methods used in this study were frequency analysis, descriptive statistics, and instrument reliability. Explanatory factor analysis, ANOVA, and regression were used to test the hypotheses.

The questionnaire consisted of three parts. The first part included the socio-demographic variables of the respondents, such as gender, age, country of origin, and nationality. The second part, based on previous studies (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2014), included questions about traveling habits (travel frequency, and travel motivation),

as well as questions about the role of the gastronomic offer in the process of destination choice as well as the role of gastronomy in the level of satisfaction with the destination. The third part of the questionnaire included 15 attributes of Balkan foods. Some attributes related to food were previously identified by Peštek and Činjurević (2014), such as: authentic, recognizable, unique/original, part of the cultural heritage, tasty, high quality, value for money/price, diverse, organic/natural, easily digestible, and healthy. Attributes related to the general role of gastronomy as tourist potential such as Balkan cuisine is...” significant for the promotion of the region”, “has potential to improve tourist image of the region”, “significant for the creation of joint tourist offer”, “has potential to become a tourist brand” were added by authors. Respondents were asked to rate the attributes on a Likert scale (1 - “completely disagree” to 5 - “completely agree”).

Sample

Due to the low response rates in some countries, there was an unequal distribution of sample sizes between countries. This resulted in respondents from Serbia having the greatest share in the sample with a 33.3 %, followed by Montenegrins 21.4% share and Bosnians – 17.9% share. The structure of nationalities differed from the country of living in favor of the Serbian group of respondents (43.6% share). Such an ethnic distribution is justified by the fact that in other countries, there are also Serbian ethnic communities (Bosnia and Herzegovina, Montenegro, Croatia) (Table 1). The average age of the respondents in the survey was 36.37 years, with the youngest respondent aged 16 and the oldest 78.

Table 1. Sample Demographics

Variables	Category	Frequency	Percent	Valid Percent
Gender	Male	36	30.8	32.7
	Female	74	63.2	67.3
Country	Croatia	12	10.3	10.9
	North Macedonia	13	11.1	11.8
	Bosnia and Herzegovina	21	17.9	19.1
	Montenegro	25	21.4	22.7
	Serbia	39	33.3	35.5
Nationality	Croatian	13	11.1	11.8
	Macedonian	13	11.1	11.8
	Bosnian	14	12.0	12.7
	Montenegrin	19	16.2	17.3
	Serbian	51	43.6	46.4

Source: Authors' calculations

Results

Role of gastronomy in travel motivation

The results have shown that respondents travel 7.37 times within domestic destinations and 2.63 times annually within regional scope (Balkans), while outbound

travel scored 2.91 trips annually. The dominant motive of travel is vacation (70.9%) and experience-related trips (19.1%), with relatively low results in socialization (7.3%) and learning about new cultures (2.7%). It indicates that gastronomy is not a dominant travel motive of respondents. Most respondents chose their travel destinations without considering gastronomic offer as a significant factor in destination choice ($M=3.35$, $SD=1.17$). Their overall satisfaction with destination tends to be highly influenced by food quality and diversity of gastronomic offer ($M=3.80$, $SD=0.98$) (Jovičić Vuković & Terzić, 2020), which is in line with previous studies (Andersson et al., 2017; Pearson et al., 2011).

Multidimensionality of Balkan cuisine

To investigate the attributes of Balkan cuisine, we have conducted an Explanatory Factor Analysis. All 15 variables presented in Table 2 showed acceptable to high-standardized factor loadings (e.g., higher than the recommended minimum value of 0.5), indicating that selected attributes adequately represent the domain of construct (dimension of the gastronomic image of the Balkans). As presented in Table II, four factors were labeled based on the consideration of basic attributes in the context of gastronomy's role in tourist perception of destination (Nikolić, et al. 2020; Peštek & Činjurević, 2014), which confirms hypothesis H1.

Table 2. Results of Explanatory Factor Analysis

Rotated Component Matrix^a				
ATTRIBUTES, n = 101	Factor Loadings	Eigen value	Variance Explained %	Cronbach α
F1 - TOURIST POTENTIAL		3.303	24.045	.925
Has potential to improve image of the region	.861			
Significant for creation of joint tourist offer	.848			
Has potential to become a tourist brand	.825			
Significant for the promotion of the region	.769			
F2 - UNIQUENESS		3.063	20.026	.878
Authentic	.870			
Recognizable	.838			
Unique/ Original	.814			
Part of cultural heritage	.541			
F3 - QUALITY		3.337	18.837	.860
Tasty	.835			
High Quality	.719			
Value for money/price	.719			
Diverse	.605			
Natural/Organic	.459			
F4 - NUTRITION		1.645	12.312	.698
Easily Digestible	.862			
Healthy	.783			
Total variance extracted = 75.220; KMO = .870; Bartlett's test of Sphericity ($p<0.001$); Cronbach α = .926 Extraction Method: PCA; Varimax Rotation with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 6 iterations.				

Source: Authors' calculations

The convergent validity of constructs was assessed by calculating the composite reliability estimates (Cronbach's α coefficient). All four dimensions of the Balkan cuisine

image met the accepted cut-off value of 0.7 for Cronbach's Alpha, indicating high internal consistency between variables within each factor. The results of the factor analysis are presented in Table 2. Factor 1 labeled as "Tourist potential" accounted 24.05% out of total variance gathering four items with reliability alpha calculated to 0.925; Factor 2 labeled as "Uniqueness" explained 20.026% out of total variance with reliability alpha calculated to 0.878 and incorporating four items; Factor 3 labeled "Quality" explained 18.837% of total variance with reliability alpha calculated to .707, incorporating five items; and Factor 4 labeled as "Nutrition" explained 12.312% of the total variance, with reliability alpha calculated to 0.698, including two items – "easily digestible" and "healthy". The reliability alpha for all factors is calculated $\alpha = 0.926$, which indicates satisfaction of the initial criterion (above 0.60).

Differences in Balkan cuisine perception

According to Table 3, there were no statistical differences in Balkan cuisine perceptions between people from different countries considering defined factors related to Food Uniqueness, Quality, Nutrition, and Tourism Potentials. The Eta coefficient indicates that there is a very weak association between the two categories, which confirms that there are no true statistical differences in Balkan cuisine characteristics among respondents depending on their country of living. This confirms hypothesis H2.

Table 3. Results of ANOVA test

Country	Uniqueness		Quality		Nutrition		Tourist potential	
	m	sd	m	sd	m	sd	m	sd
Croatia	4.021	0.607	4.338	0.555	2.958	0.656	4.271	.548
North Macedonia	3.846	1.048	4.200	0.688	2.923	0.862	4.153	1.179
Bosnia and Herzegovina	4.262	1.038	4.438	0.877	3.095	0.983	4.452	0.897
Montenegro	4.080	0.831	4.040	0.698	2.780	1.109	4.010	0.920
Serbia	3.987	0.821	4.241	0.597	2.769	0.802	4.115	0.763
ANOVA Difference Between Groups	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
	.541	.706	1.030	.396	.542	.706	.853	.495
Measures of Association	Eta (η)	η^2	η	η^2	η	η^2	η	η^2
	.142	.020	.194	.038	.142	.020	.177	.031
*m=arithmetic mean; sd=standard deviation								

Source: Authors' calculations

Confirmed by the survey results, Balkan cuisine is generally perceived as extremely tasty (4.7), of high quality and variety (4.3) and value for money (4.3). It is also perceived to be a part of joint heritage (4.3), along with being perceived as relatively recognizable, authentic, and original (3.9). On the other hand, its nutritive characteristics (organic, healthy, and easily digestible) are far less valued (3.2). Joint perceptions on food

characteristics are also present in most included individual variables, with the only exception of the issue being "Natural/Organic" where the ANOVA test indicated statistical difference ($F=3.261$; $p=0.015$), while other variables have high consistency in respondent opinions. The issue of Balkan traditional cuisine being perceived as natural/organic is more neutrally perceived by Macedonian ($M=3.62$, $Std.=1.193$), Montenegrin ($M=3.28$, $Std.=1.061$) and Serbian ($M=3.64$, $Std.=.959$) respondents, while the most positive opinion towards organic characteristics of Balkan cuisine was perceived by Croatian ($M=4.25$, $Std.=0.866$) and Bosnian ($M=4.19$, $Std.=0.981$) respondents.

The Balkan cuisine tourist potential

Balkan gastronomy's role in the determination of tourist potential of the region is rated very high. It is important for the promotion of the region and creation of a joint regional tourist product ($M=4.1$), as well as important for the improvement of the Balkan image and creation of the regional tourist brand (4.3). However, the role of Gastronomy as a potential tourist brand has different importance levels in explored Balkan countries, with extremely high importance in Bosnia and Herzegovina (4.52), Croatia ($M=4.33$) and Serbia (4.31), and a bit less in North Macedonia (4.23) and Montenegro (4.08). Multiple linear regression analysis was used to predict the pattern of relationship between the set of independent variables (uniqueness, quality, and nutrition) and the dependent variable (tourist potential) based on the proposed model summary R^2 of 0.475 * (Table 4).

Table 4. Results of Regression Analysis

Table 4. Results of Regression Analysis

Model Summary						
Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate		
1	,700 ^a	,490	,475	,62468		
a. Predictors: (Constant), NUTRITION, UNIQUENESS, QUALITY						
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39,679	3	13,226	33,894	,000 ^b
	Residual	41,364	106	,390		
	Total	81,043	109			
a. Dependent Variable: TOURIST_POTENTIAL						
b. Predictors: (Constant), NUTRITION, UNIQUENESS, QUALITY						
Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	,450	,377		1,194	,235	
UNIQUENESS	,233	,090	,236	2,594	,011	
QUALITY	,636	,122	,508	5,223	,000	
NUTRITION	,031	,077	,032	,398	,691	

a. Dependent Variable: TOURIST_POTENTIAL

Source: Authors' calculations

F-test on the final regression equation verified that two dimensions of local cuisine - Quality ($p = 0.000$) and Uniqueness ($p = 0.011$) significantly contribute to the overall tourist potential of the Balkan food, while the contribution of the Nutritive characteristics of food ($p = 0.691$) is considered a rather insignificant factor, resulting from the rejection of hypothesis H3. Findings of Vuksanović and Demirović Bajrami (2020) related to the perceptions of various dimensions of regional food among foreign tourists visiting the Vojvodina region (Serbia), indicated that food nutrition and health benefits of food failed to enter regression equation as well. It provided some certainty that this dimension was not significantly related to tourist satisfaction with food experience, and therefore placed its general contribution to the creation of tourist products into the second plan. The same study confirmed a stand that food quality is the most salient in explaining tourist satisfaction with food experience, followed by food uniqueness (Vuksanović & Demirović Bajrami, 2020).

Discussion

According to previous research findings, a specific image of Balkan food exists, and it is reflected in the perception of a typical continental culinary experience (Jovičić Vuković & Terzić, 2020; Vuksanović et al., 2019). Balkan food culture is considered a variegated blend of dishes and food ingredients typical for the whole region. However, it is commonly considered unique and belongs to a particular national cuisine only (Krasteva-Blagoeva & Bogueva, 2021). The level of recognition of a multitude of local dishes as being regionally present, with just a few regarded as truly unique. This provides some certainty of the potential of Balkan food positioning as a regional tourist brand. Balkan food represents a common asset and representative cultural element of all Balkan countries. The gastronomic offer of these countries should be positioned at the international market as a complementary and not competitive aspect of tourist offer, developing a specific regional gastronomic brand. Balkan gastronomy is already recognizable on the tourist market, and in some cases, even became the primary motivation of tourists exploring the region. Presented results confirmed relations between food characteristics and interrelated cultural and tourism aspects.

This inevitably influences society's gross root level in social and economic viability as well as the tourism destination marketing process (Mohanty et al., 2020). The global trends affect the synergy between tourism and the food industry in a way that can change tourists' food habits. Such changes go towards seeking more diverse food offers at destinations (Čaušević & Hrelja, 2020). About a third of total tourist expenses at the destination is spent on food and beverages. Like so, it is normal for tourists' seeking more value for money to be reflected in food diversity, authenticity, and quality. In the globalization process, food systems and choices are continuously changing, revealing that the critical factors influencing food choice are sensory appeal, purchase convenience,

health, and natural content. In contrast, the least significant ones are familiarity and ethical concerns.

Like our findings, the role of food quality seems to be decisive in defining tourist potentials of the Balkan region. According to Vuksanović and Demirović Bajrami (2020) the uniqueness of the food is more important than its nutritive characteristics. However, the uniqueness of food as a dimension is more respected by residents than foreign tourists. Such findings contribute to the stand that the uniqueness of the local food is nurtured as a part of local identity. In the case of the Balkan region, the food characteristics blended with the cultural essence of a destination. This opens a possibility for gastronomy to become the fundamental aspect of the tourism offer of the region (Mohanty et al., 2020).

Despite the obvious potential of Balkan cuisine to contribute to tourism development, availability and international food trade are hampered because of different laws, standards, and requirements. Tekiner (2021) notes rather limited information available on the nutritional and health aspects of traditional Balkan food. The same study outlines that, within the region, traditional foods maintain positive image (Barjolle et al., 2011). Such a general stand is resulting in people considering traditional cuisines to be healthy, retaining their eating habits and food choices (Sproesser et al., 2019; Tekiner, 2021). Tekiner (2021) argues that Balkan food's nutritional and hygienic status must be considered more prior to international marketing. Based on European regulations and some ongoing trends in food choices of Balkan people, the transformation of the food consumption practices towards a healthier diet seems inevitable. Hence, the future of Balkan gastronomy lies in the transformation of traditional food based on its nutritional and health-related aspects (currently overlooked). Despite the underestimated role of nutrition factors in people's perception, there are high expectations when it comes to the tourism potentials of Balkan gastronomy.

Conclusion

This research contributes to the literature by representing food images from the perspective of local population. It outlines that the recognition of local gastronomy as a cultural heritage asset is crucial for its conversion into a tourist brand. The study results indicate the multidimensionality of Balkan food, which the local population recognizes through four dimensions: quality, uniqueness, nutrition, and tourist potential. Examining the differences between people originating from different Balkan countries provides evidence of the common perception of the main characteristics of Balkan food. Additionally, the results showed that the quality and uniqueness of Balkan food significantly contribute to the overall tourist potential of Balkan gastronomy, whereas the contribution of the nutritive characteristics of traditional food is considered an insignificant factor.

Gastronomy is an inseparable part of local and regional cultures that have been passed down through generations. Thus, it represents the intangible cultural heritage asset

that must be preserved, improved, and used in sustainable tourism development. Obtaining the results on the Balkan food image, as perceived by inhabitants of five Balkan countries, indicates specific unity in terms of perception, which is a good starting point for creating a common regional brand. Such results can become the basis for further research and the starting point of strategic planning, providing valuable information to national tourism organizations (NTOs) and destination management destinations (DMOs) in the creation of joint gastronomic tourist products and unique regional brands of the Balkans. Traditional Balkan cuisine, with all its specifics, might become an attractive factor for attracting international tourists. Creating cultural routes based on gastronomy, popularizing gastronomic events, improving the presence and promotion of Balkan traditional dishes in digitalized marketplaces, and supporting local producers' promotion and entrepreneurship can provide significant positive synergic effects in tourism development in the region.

Despite the contributions of this study, it has some limitations. The perceptions of Balkan cuisine were considered from a limited and single-sided local perspective. Thus, it is necessary to explore this issue using similar surveys conducted with larger samples and covering a wider regional outreach. It is also important to consider the perceptions of Balkan cuisine among stakeholders and tourists.

References

- Andersson, T. D., Mossberg, L., and Therkelsen, A. (2017). Food and tourism synergies: Perspectives on consumption, production, and destination development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17, 1–8.
- Barjolle, D., Eynaudi, D., Laniau, M., Renko, N., Butigan, R., Schaer, B., Amblard, C., and Giraud, G. (2011). The Market of Organic Products and Traditional Food in the Western Balkans Countries. *Focus-Balkans*, 5th Newsletter. Retrieved from <https://www.focus-balkans.org/>.
- Björk, P., and Kauppinen-Räsänen, H. (2014). Culinary–gastronomic tourism—a search for local food experiences. *Nutrition & Food Science*, 44(4), 294–309.
- Blešić, I., Petrović, M. D., Gajić, T., Tretiakova, T. N., Syromiatnikova, J.A, Radovanović, M., Popov-Ralji, ć J., Yakovenko, N.V. (2021). How the Extended Theory of Planned Behavior Can be Applied in the Research of the Influencing Factors of Food Waste in Restaurants: Learning from Serbian Urban Centers. *Sustainability*, 13(16), 9236.
- Čaušević, A., and Hrelja, E. (2020). Importance of Cheese Production in Livno and Vlačić for Gastronomy and Tourism Development in Bosnia and Herzegovina, in Peštek A. et al. (Eds.), *Gastronomy for Tourism Development*. Emerald Publishing Limited, 27-42.

- Chi, C. G. Q., Chua, B. L., Othman, M., and Karim, S. A. (2013). Investigating the structural relationships between food image, food satisfaction, culinary quality, and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 14 (2), 99-120.
- Cordova-Buiza, F., Gabriel-Campos, E., Castaño-Prieto, L., and García-García, L. (2021). The Gastronomic Experience: Motivation and Satisfaction of the Gastronomic Tourist. *Sustainability*, 13(16), 9170.
- Cuccia, T., Guccio, C., and Rizzo, I. (2016). The effects of UNESCO World Heritage List inscription on tourism destinations performance in Italian regions. *Economic Modeling*, 53, 494-508.
- Demirović, D., Košić, K., Surd, V., Žunić, L. and Syromiatnikova, A. Y. (2017) Application of Tourism Destination Competitiveness Model on Rural Destinations. *Journal of Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*, 67(3), 279-295.
- Gajić, T., Radovanovic, M., Tretiakova, T., and Syromiatnikova, J. (2020), Creating brand confidence to gastronomic consumers through social networks – a report from Novi Sad. *Journal of Place Management and Development*, 14 (1), 32-42.
- Gajić, T., Raljić Popov, J., Aleksić, M., Blešić, I., Vukolić, D., Petrović, M. D., Yakovenko, N.V., and Sikimić, V. (2021). Creating Opportunities for the Development of Craft Beer Tourism in Serbia as a New Form of Sustainable Tourism. *Sustainability*, 13(16), 1-22, p. 8730.
- Getz, D., and Robinson, R. N. (2014). Foodies and food events. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(3), 315-330.
- Gupta, V., Sajnani, M., Dixit, S. K., and Khanna, K. (2020). Foreign tourist's tea preferences and relevance to destination attraction in India, *Tourism Recreation Research*, pp. 1-15.
- Hall, C. M., and Mitchell, R. (2007). Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences. In *Niche tourism*, Routledge, pp. 87-102.
- Horng, J. S., and Tsai, C. T. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis, *Tourism Management*, 31, pp. 74–85.
- Jovičić Vuković, A., and Terzić, A. (2020). Gastronomy and Regional Identity: Balkan versus National Cuisine, In Peštek A et al, (Eds.), *Gastronomy for Tourism Development: Potential of Western Balkan*, Emerald Publishing Limited, pp. 1-25.
- Kalenjuk, B., and Đerčan, B. (2012). Gastronomski turizam kao faktor regionalnog razvoja, *Ekonomika*, 3, pp. 136-146.
- Kim, S., Kim, M., Agrusa, J., and Lee, A. (2012). Does a food-themed TV drama affect perceptions of national image and intention to visit a country? An empirical study of Korea TV drama, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29(4), pp. 313-326.

- Kim, Y. G., Eves, A., and Scarles, C. (2013). Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at tourist destination, *International Journal of Hospitality Management*, 33(3), pp. 484–489
- Krasteva-Blagoeva, E., and Bogueva, D. (2021). Balkan food cultures and traditions, *Nutritional and Health Aspects of Food in the Balkans*, pp. 21–33.
- Lai, M. Y., Khoo-Lattimore, C., and Wang, Y. (2018). A perception gap investigation into food and cuisine image attributes for destination branding from the host perspective: The case of Australia, *Tourism Management*, 69, pp. 579-595.
- Lin, Y. C., Pearson, T. E., and Cai, L. A. (2011). Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective, *Tourism and Hospitality Research*, 11(1), pp. 30-48.
- López-Guzmán, T., Lotero, C. P. U., Gálvez, J. C. P., and Rivera, I. R. (2017). Gastronomic festivals: Attitude, motivation and satisfaction of the tourist, *British Food Journal*, 119, pp. 267–283
- Madriz, S., and Tejedor, S. (2020). Analysis of Effective Digital Communication in Travel Blog Business Models, *Communication and Society*, 33 (4), pp. 75-87.
- Mgonja, J. T., Backman, K. F., Backman, S. J., Moore, D. D., and Hallo, J. C. (2017). A structural model to assess international visitors' perceptions about local foods in Tanzania, *Journal of Sustainable Tourism*, 25(6), pp. 796-816.
- Mohanty, P. P., Rout, H. B., and Sadual, S. K. (2020). Food, culture, and tourism: a gastronomy trilogy enhancing destination marketing, case study of Odisha, India. *International journal of Tourism and hospitality in Asia Pacific*, 3(1), pp. 15-30.
- Niedbala, G., Jęczyk, A., Steppa, R., and Uglic, J. (2020). Linking of Traditional Food and Tourism: The Best Pork of Wielkopolska—Culinary Tourist Trail: A Case Study, *Sustainability*, 12(13), p. 5344.
- Nikolić, A., Salputra, G., Uzunović, M., and Mujčinović, A. (2020). Are We Delicious Enough? Challenges of Gastro-tourism Development in Bosnia and Herzegovina, in Peštek A. et al, (Eds.), *Gastronomy for Tourism Development: Potential of Western Balkan*, Emerald Publishing Limited, pp. 67-90.
- Okumus, B., Koseoglu, M. A., and Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis, *International Journal of Hospitality Management*, 73, pp. 64-74.
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S., and Sandıkçı, M. (2021). The Effects of Local Food and Local Products with Geographical Indication on the Development of Tourism Gastronomy, *Sustainability*, 13(12), p. 6692.

- Pearson, D., Henryks, J., Trott, A., Jones, P., Parker, G., Dumaresq, D., and Dyball, R. (2011). Local food: understanding consumer motivations in innovative retail formats, *British Food Journal*, 113(7), pp. 886–899.
- Pearson, D., and Pearson, T. (2016). Branding food culture: UNESCO creative cities of gastronomy, *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 28(2), pp. 164-176.
- Peštek, A., and Činjurević, M. (2014). Tourist perceived image of local cuisine: the case of Bosnian food culture, *British Food Journal*, 116(11), pp. 1821-1838.
- Radović Marković, M., and Pindžo, R. (2020). Importance of Gastronomy for Further Tourism Development in Western Balkans Economies with Focus on Serbia, In Peštek, A. et al, (Eds.), *Gastronomy for Tourism Development, Potential of Western Balkan*, Emerald Publishing Limited, pp. 185-210.
- Sánchez-Cañizares, S. M., and López-Guzmán, T. (2012). Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist. *Current issues in tourism*, 15(3), 229-245.
- Sánchez, V. E., Antonovica, A., and De Esteban, J. (2015). Turismo gastronómico y enológico. *Turismo gastronómico y enológico*, 1-182.
- Sims, R. (2009). Food, place, and authenticity: local food and the sustainable tourism experience, *Journal of sustainable tourism*. 17(3), 321-336.
- Son, A., and Xu, H. (2013). Religious food as a tourism attraction: The roles of Buddhist temple food in Western tourist experience. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2), 248–258.
- Sproesser, G., Ruby, M. B., Arbit, N., Akotia, C. S., Alvarenga, M., Bhangaokar, R., ... Renner, B. (2019). Understanding traditional and modern eating: The TEP10 framework, *BMC Public Health*, 19, p. 1606.
- Su, D. N., Johnson, L. W., and O'Mahony, B. (2020). Analysis of push and pull factors in food travel motivation, *Current Issues in Tourism*, 23(5), pp. 572-586.
- Tekiner, I. H. (2021). Traditional Balkan foods: Future outlook, *Nutritional and Health Aspects of Food in the Balkans*, pp. 323–333.
- Terzić, A., Bjeljic, Ž. and Ćurčić, N. (2015). Common histories, constructed identities: Intangible cultural heritage and the rebranding of Serbia, *International Journal of Intangible Heritage*, 10, pp. 102-120.
- Timothy, D. J. (2016). Introduction: Heritage cuisines, foodways, and culinary traditions, Timothy, D. J. (Ed.) *Heritage cuisines: Traditions, identities, and tourism*, Routledge, pp. 1-24

- Uğurlu, K. (2015). The impacts of Balkan Cuisine on the gastronomy of Thrace region of Turkey, Csoban, K. and Könyves, E. (Eds.) *Gastronomy and Culture*, University of Debrecen, pp. 43-66.
- UNWTO (2012). *Global report on Food Tourism*, vol. 16, World Tourism Organization, Madrid, Spain. Retrieved from http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/global_report_on_food_tourism.pdf
- UNWTO (2017). *Second Global Report of Gastronomy Tourism*, World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- UNWTO (2019). *Guidelines for the development of gastronomy tourism*, Basque Culinary Center, UNWTO, Madrid, Spain.
- Vuksanović, N., and Demirović Bajrami, D. (2020). Image of Local Cuisine as Part of a Rural Tourism Offer, in Peštek A. et al, (Eds.), *Gastronomy for Tourism Development: Potential of Western Balkan*. Emerald Publishing Limited.
- Vuksanović, N., Tešanović, D., and Portić, M. (2019). Differences in the consumption of the local food of tourists from the former Yugoslavian Republic: Study case Belgrade and Novi Sad. *Megatrend revija*, 16(1), 79-94.
- Yasami, M., Promsivapallop, P., and Kannaovakun, P. (2020). Food image and loyalty intentions: Chinese tourists' destination food satisfaction. *Journal of China Tourism Research*, 1-21.

Acknowledgements

The authors thank all participants and moderators who coordinated focus groups and provided significant help in conducting interviews and surveys. The authors haven't received any institutional funding or financial support for the research reported in their manuscript.



Transporte y turismo: una simbiosis para el desarrollo social

Transport and tourism: a symbiosis for social development¹

Lidia Caballero-Galeote

<https://orcid.org/0000-0002-9731-4078>

lidia.caballero@uma.es²

Universidad de Málaga, España

¹ Manuscrito recibido el 18 de junio del 2022, y aceptado tras revisión editorial y de pares doble ciego el 30 de agosto del 2022. Turismo, desarrollo y buen vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística- RICIT. no. 16 (2022) Publicación anual. ISSN: 1390-6305 ISSN-e: 2588-0861

² Estudiante del Programa de Doctorado en Turismo de la Universidad de Málaga. Máster en Gestión Aeronáutica en la Escuela de Negocios San Pablo Ceu en Madrid y Máster en Gestión de Empresas Aéreas y Aeroportuarias en la facultad de Económicas de la Universidad San Pablo Ceu (Madrid).

Resumen

El transporte ha contribuido a que la actividad turística evolucione, de ahí que su relación haya sido ampliamente estudiada en la literatura académica. Por su parte, el turismo es una actividad social que necesita de infraestructuras pero que, a su vez, cuando se trata de un sector activo en el territorio, puede coadyuvar a conseguir un desarrollo social positivo. En este sentido, la presente investigación tiene como objetivo llevar a cabo un estudio bibliométrico a través del mapeo científico y del análisis de rendimiento en aras de analizar cuál ha sido la producción científica sobre transporte y turismo desde la perspectiva social. Se analizó la concurrencia de palabras clave, términos, autores, índice de citas, centros de investigación y revistas. Los resultados nos indican que la sostenibilidad y la economía son los temas motores. Sin embargo, resulta imprescindible para futuros investigadores la concentración en otros aspectos y la relación con otras disciplinas ya que se ha observado un importante nicho de investigación.

Palabras clave: bibliometría; desarrollo social; transporte; turismo; sostenibilidad.

Abstract

Transportation has contributed to the evolution of tourism activity; hence its relationship has been extensively studied in the academic literature. For its part, tourism is a social activity that needs infrastructure but, in turn, when it is an active sector in the territory, it can help to achieve positive social development. In this sense, the present research aims to conduct a bibliometric study through scientific mapping and performance analysis to analyse the scientific production on transport and tourism from a social perspective. The concurrence of keywords, terms, authors, citation index, research centre's and journals were analysed. The results indicate that sustainability and economics are the driving themes. However, it is essential for future researchers to focus on other aspects and the relationship with other disciplines since an important research niche has been observed.

Key words: bibliometrics; transportation; tourism; social development; sustainability.

Introducción

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes a nivel mundial (Leslie, 2012). De ahí que no solo haya alcanzado una gran relevancia en países desarrollados (Ekanayake & Long, 2012), sino que se haya convertido en un impulso para países que no han alcanzado aún ese proceso (Saner et al., 2019). Así mismo se trata de un sector fuerte (Abdukhamidov, 2022) por los impactos positivos que genera, pero vulnerable por los factores que provocan inestabilidades en el transcurso de su actividad (Morakabati, 2020). Sin embargo, se trata de un sector resiliente y que ha demostrado sobreponerse claramente a los desafíos que la globalización, las crisis económicas, la competencia, el terrorismo e incluso una pandemia mundial han dispuesto en su camino (Laws et al., 2007; Papatheodorou et al., 2010; Sönmez et al., 1999).

El sector turístico es una fuente de modernización (Aldebert et al., 2011) de doble vertiente. Por un lado, coadyuva a la innovación del territorio gracias a las inversiones que se generan por los ingresos de esta actividad (FaladeObalade & Dubey, 2014) y por otro, posee un efecto directo en la socialización de la población (Mathieson & Wall, 1982; Milman & Pizam, 1988). En este sentido, no solo los valores culturales y patrimoniales son parte de la atracción turística, la sociedad que habita en el territorio influye en la creación de la identidad del mismo (Khairuddin & Yamin, 2019).

Como indica Pjero (2008), el turismo requiere de un conjunto de infraestructuras que posibiliten el funcionamiento y desarrollo de la actividad turística en el seno de un territorio. En este sentido, una de las más importantes es la relacionada con los transportes. El turismo y el transporte tienen una fuerte relación de dependencia ya que el turismo como industria se basa en el movimiento de personas fuera de su entorno habitual, de ahí que sean necesarias todas las construcciones que permitan el éxito de esta movilidad (Speakman, 2005). Así mismo, Korstanje & Scalona (2013) asemejan el destino turístico a escenarios hipotéticos en el que el transporte contribuye como un agente a concretizar esa necesidad. En este sentido, el transporte aéreo es un gran incentivador de la actividad turística ya que ofrece la oportunidad de situar al destino al alcance de cualquier persona que desee visitarlo.

Sin embargo, la literatura académica no ha mostrado interés en la relación de ambos sectores y el desarrollo social. Es por ello por lo que la presente investigación tiene como objetivo analizar, identificar y evaluar el desarrollo de la producción científica desde sus inicios hasta la actualidad. El objetivo principal es revisar los temas que han marcado la evolución temática, describir los principales temas motores y transversales y prestar especial énfasis en las temáticas que compondrán los futuros estudios.

Para ello, este artículo científico se divide en cinco partes, tras esta introducción se lleva a cabo una revisión sobre los estudios que aúnan la importancia del turismo y el transporte para el desarrollo social de un territorio. Tras este, el apartado metodología incide en los pasos que se han ejecutado para realizar la extracción de documentos, la selección, en análisis y la interpretación a través de los softwares SciMAT y Vosviewer. Y, por último, los resultados y las discusiones reflejarán no solo la trayectoria seguida por la Academia en relación a estos dos sectores, sino que también, realizará una aportación sobre los aspectos en los que deberían de centrarse los investigadores.

Marco Teórico

El sector turístico se ha transformado en un factor clave para el desarrollo económico y social de los países (Ntibanyurwa, 2006). Esta actividad es considerada como consecuencia del desarrollo regional y, por ende, una vez iniciada por el desarrollo social del territorio, pasa a ser quién contribuye al aumento de ese avance. En 2019, año anterior al inicio de la pandemia, el turismo en Europa representaba cerca del 10% del PIB (Mantero, 2022) lo que lo sitúa como

una de las industrias más importantes. Así mismo y a pesar de la pandemia ocasionada por el coronavirus, los datos de gasto turístico van retomando poco a poco a la normalidad y alcanzó en 2021 los 1,9 billones de dólares (UNWTO, 2022). Además, según Hosteltur (2022), el sector turístico será capaz de crear casi 8 millones de empleos en los próximos diez años en Europa lo que provoca que sea tanto el sustento económico de millones de personas como su camino hacia el aprendizaje y la socialización.

Las nuevas tecnologías han supuesto un revulsivo (Momani, et al., 2022) contribuyendo a aumentar tanto la exposición del territorio gracias por ejemplo a las redes sociales y sus perfiles públicos como también a una mejora en la eficiencia de los recursos con la aplicación de nuevas herramientas y procedimientos. Por ello, las estrategias de algunos países como España sea la de repensar el turismo de forma que se sienten las bases para una transformación en la que el sector continúe con un crecimiento sostenible y sostenido a la par que le permita mantener su posición hegemónica (Turismo de España, 2022) por encima de otros destinos turísticos vecinos como Turquía o Grecia.

La movilidad nos estimula a preguntarnos por temas convencionales como la cultura, la identidad y las relaciones transnacionales (Salazar, 2011). Pero, para que la movilidad se produzca es necesario que existan recursos. Como indican Lin et al. (2017), la inmovilidad se debe a la ausencia de estos. Y no solo refiriéndose a los recursos del futuro turista sino también a los recursos que se destinan a infraestructuras (Williams, 2013). En este sentido, el transporte es un gran aliado y la razón del progreso. De hecho, como indica Cooper et al. (2007), el transporte se ha convertido en un factor estratégico y determinante para el acceso a un producto turístico. Además, como indica Urry (1990), la sociedad propone moverse porque le hace sentirse especial. Por otro lado, a medida que se han mejorado las condiciones y servicios ofrecidos por el sector del transporte, la demanda turística ha aumentado. Como indica Ahnlund et al. (2010) el turismo y el transporte son sectores que han desarrollado su actividad de forma conjunta paralela.

Las infraestructuras aeroportuarias y los efectos que generan su actividad sobre el entorno en el que se asientan es sin lugar a dudas un tema de innegable interés dentro del turismo (Papatheodorou, 2021). Se trata de un sector estratégico para el desarrollo por varios motivos: ayuda al movimiento de personas, mercancías y carga y algo muy importante, une a territorios que por su idiosincrasia provocan que el transporte no sea solo un sector más sino el sector que le permite la comunicación con el resto del mundo (Luis, 2004). Véase destinos como Seychelles o Maldivas. En relación al turismo, su relevancia se debe a que los aeropuertos son a nivel mundial, la principal entrada del turismo a un territorio. Por ende, la apertura del destino al exterior provoca impactos tanto en la economía (Rizzi & Rizzi, 2022) como en la actividad social de sus habitantes. De hecho, el turismo se ha desarrollado conforme ha evolucionado el transporte ya que como bien indica Steene (2019), un destino incomunicado no puede ser visitado. El turismo en países desarrollados contribuye fuertemente a la economía y al enriquecimiento como lo hace en los países (Callot, 2006) en vías de desarrollo en los que además este sector se convierte en un motor exógeno de avance y globalización.

También hay una fuerte intervención tecnológica en este sector ya que las innovaciones aplicadas han provocado una reducción de costes (Demin et al., 2021) que ha permitido que el transporte aéreo, sobre todo, en larga distancia, sea asequible para las economías locales con bajo poder adquisitivo. Esto tiene un potente efecto en la sociabilización de la población ya que la interrelación de personas provoca una culturalización a través de la experiencia propia que es innegable no solo para estudios sociológicos sino a nivel de desarrollo humano. En definitiva, una de las principales funciones del transporte para el turismo es la predisposición para poner en contacto a productores y consumidores potenciando que un producto sea vendido a millones de kilómetro de donde se crea.

Así mismo, las fuertes crisis del turismo y especialmente, la vivida debido a la COVID-19 ha provocado un incremento del interés en esta relación y en cómo el transporte, especialmente el aéreo, es capaz de provocar, tanto la paralización, como la activación. De ahí que a pesar de haber vivido momentos críticos con circunstancias como los desgraciados ataques terroristas a las Torres Gemelas (Harvey & Turnbull, 2002) o la Gran Crisis Económica Mundial de 2008 (Goetz, 2011), ambos sectores hayan encontrado el camino para volver la normalidad. Especialmente, como indica Korstanje (2018), las relaciones entre los países y la configuración mundial cambiaron drásticamente tras el atentado del 11S. Como indica este autor, en la cultura globalizada actual el movimiento es progreso, pero hechos como los mencionados inducen al miedo provocando una disminución tanto en la libertad de hablar como en la de elegir. De ahí que el primer periodo tenga este hecho como punto de referencia.

A pesar de esto, algunos investigadores como Tóth & Dávid (2010) no consideran al transporte como elemento integrante del turismo sino como un contemplador pasivo que pone el medio y no interviene. No obstante, como indican Carril & Otón (2009), el transporte cada vez se está relacionando más con el turismo hasta el punto de perder su característica interna de movilidad para estar completamente al servicio de esta actividad. De ahí que con la pandemia provocada por el virus COVID-19 no solo se haya paralizado completamente la actividad turística sino una gran parte del sector del transporte de pasajeros. En este sentido, la declaración de la pandemia inicia otro de las etapas objeto de la presente investigación.

En definitiva, este estudio nos lleva a plantearnos cómo ha evolucionado el turismo y el transporte aéreo para la literatura académica de alto impacto. Concretamente, a pesar de las percepciones de interrelación positiva, la literatura no parece prestar atención a cómo ambos, integrados en un eje que funciona al unísono, contribuyen al desarrollo social de un destino. Es por ello por lo que se plantean las siguientes preguntas de investigación.

1. ¿Cómo ha evolucionado la investigación sobre turismo y transporte desde una perspectiva social?
2. ¿Existen diferencias entre el primer (inicio publicaciones hasta el 11 de septiembre de 2001), segundo (desde el 12 de septiembre hasta 13 marzo de 2020) y tercer periodo (desde 2020 hasta la actualidad)?

3. ¿Cuáles son los temas más estudiados por la academia?
4. ¿Cuáles serían las futuras líneas de investigación?

Metodología

Las nuevas tecnologías se están aplicando no solo a los transportes sino también a los procesos de investigación turística. En este sentido, la bibliometría ha dado un nuevo enfoque a las revisiones bibliográficas imponiendo una metodología que nos presenta no solo datos de desarrollo pasado sino futuras líneas de investigación. De hecho, tanto los análisis de rendimiento como el mapeo científico han encontrado su lugar en las publicaciones de alto impacto. Ambos han demostrado ser métodos muy válidos dentro de la bibliometría.

Por un lado, el estudio bibliométrico basado en el análisis de rendimiento nos aporta datos de indicadores cuantitativos como las citas obtenidas (Garfield, 1972), la concurrencia de palabras clave, autores, centro de investigación, afiliaciones o palabras incluidas en títulos. Esto contribuye como indica Cobo et al. (2011) a representar la estructura conceptual existente sobre un campo científico. Así como su evolución a lo largo de un tiempo y si se precisa, su desarrollo establecido en periodos. El mapeo científico por su parte permite representar visualmente las relaciones que se crean a raíz de las palabras que se seleccionan como clave y las que se van originando a lo largo de la evolución del conocimiento dentro de esa disciplina. Para ello este estudio usa tanto SciMAT como VosViewer. Mientras que el primero nos permite ejecutar todas las etapas del estudio longitudinal y el mapeo científico, el segundo nos aporta una potente representación de los resultados, así como de las redes temáticas.

Para llevar a cabo el estudio primero se seleccionó la base de datos. En este estudio fue la Web of Science debido a que el interés radicaba en conocer el desarrollo desde el inicio y Web of Science es la única base de datos que nos presenta datos anteriores a 2004. Además de que se trata de un repositorio donde se encuentran indexadas las revistas de más alto impacto a nivel mundial. El proceso se inició con una búsqueda avanzada con la estrategia de búsqueda siguiente: $TS=(touris* AND air transport* AND (social* AND development))$. Tras esto se procedió a la descarga de los documentos recuperados y se introdujo en ambos softwares para llevar a cabo el proceso de eliminación de duplicados, normalización de términos y autores y, ausencia de pertinencia temática.

Se estructuraron varios periodos enfocados en puntos en el eje temporal en el que el turismo y el transporte han sufrido una crisis conjunta. Para ello se tomó como referencia desde el inicio de las publicaciones hasta el 11S (11 septiembre de 2001), desde este suceso hasta el COVID-19 (13 marzo de 2020) y de este (14 de marzo) hasta la actualidad. Tras esto se procedió a realizar el análisis con la siguiente configuración: La unidad de análisis elegida fue las palabras tanto en autor, como en fuente. Se seleccionó el tipo de red como matriz de concurrencia. Para la medida de normalización se usó el índice de equivalencia señalando los centros simples como el algoritmo de clúster. En este sentido, se eligió el tamaño máximo de

clúster con valor 2 y el mínimo 2 por el escaso número de documentos. La medida de evolución fue el índice Jaccard mientras que la medida de solapamiento fue el índice de Inclusión.

Resultados

Se obtuvieron un total de 43 documentos válidos. De estos, 33 son artículos científicos escritos en inglés. La mitad de ellos han sido publicados en revistas de acceso abierto. Es reseñable indicar que el primer documento que trata sobre la relación entre el turismo y el transporte desde el punto de vista del desarrollo social data de 2002. Este artículo habla sobre la entrada de Eslovaquia en la Unión Europea. Además, analiza cómo el cierre de fronteras será positivo para el desarrollo del turismo y, por ende, para el desarrollo social y económico del territorio. Deben pasar ocho años para que otra publicación se encargue de poner en valor este tema por lo que el primer periodo establecido que comprendía desde los inicios de las publicaciones hasta el ataque a las Torres Gemelas no devolvió ningún resultado. Esto indica que el vínculo entre el transporte y el turismo desde el aspecto social es un tema muy reciente y al que efectivamente, la literatura académica no ha prestado atención.

En el segundo periodo se obtuvieron un total de 27 documentos mientras que en el tercer periodo se recuperaron 14. En relación a la concurrencia de términos por periodo la figura 1 muestra el trasvase de palabras clave de un periodo a otro. Si bien en el primer periodo no hay documentos, en el segundo observamos que existen 14 términos clave que concentran a todas las publicaciones en esa etapa. De ahí, solo tres se pierden y 11 pasan al siguiente periodo junto con una nueva palabra clave. Esto nos demuestra que el estudio de la relación está anclado en unos mismos temas ya que el trasvase de términos entre un periodo y otro es casi absoluto.

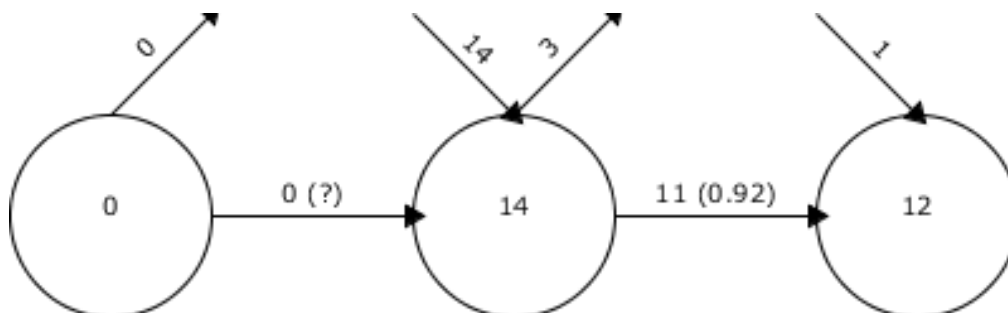


Figura 1. Trasvase de términos clave obtenidos en cada periodo. Fuente: Autores desde SciMAT

Para ver esto con mayor claridad, la figura 2 nos ofrece a través de un mapa evolutivo los temas más importantes de los dos periodos. El tamaño de las esferas es representativo del número de artículos mientras que la cifra interior representa las citas del periodo.

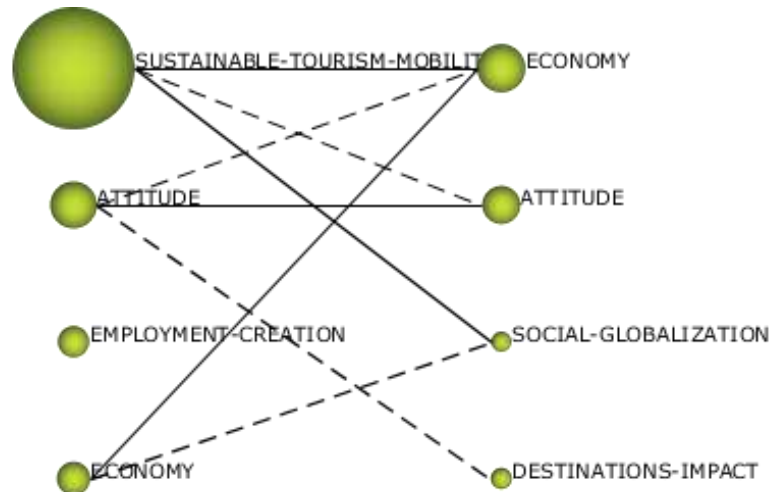


Figura 2. Mapa de evolución en base al número de citas. Fuente: Autores desde SciMAT

Según el mapa generado (Figura 2), podemos apreciar que en la primera etapa los estudios sobre sostenibilidad, turismo y movilidad ocupaban la mayor parte de la producción científica de esos años. En el segundo periodo sin embargo se puede evaluar como existe una relación entre algunos temas y otros que han terminado por mutar. Por ejemplo, la sostenibilidad del turismo y la movilidad derivan en estudios económicos en el periodo dos, sin embargo, en el primer periodo, economía y sostenibilidad no perpetraban dominios paralelos.

Por otro lado, cabe destacar que la evaluación de la actitud es un tema que permanece intacto en ambos periodos casi con la misma periodicidad de publicaciones. Esto viene derivado por la necesidad de conocer cuáles son las actitudes y percepciones de las comunidades locales.

A su vez, en el tercer periodo, tras el Covid-19 es necesario reseñar que los estudios sobre actitud pasan de ser generalistas a incluirse dentro de estudios de impacto en destinos concretos. Específicamente, se han encontrado 12 estudios de impacto en el segundo periodo que pertenecen a Nueva Zelanda, Mar Báltico, Gotemburgo, China, Rumania, Croacia, Portugal, Cataluña y México. Para analizar de forma pormenorizada cada uno de los periodos se han extraído diferentes diagramas estratégicos.

Resultados del segundo periodo

El segundo periodo comprende desde el 12 de septiembre hasta 13 marzo de 2020 La Figura 3 nos presenta el rendimiento de esta etapa en base al número de citas.

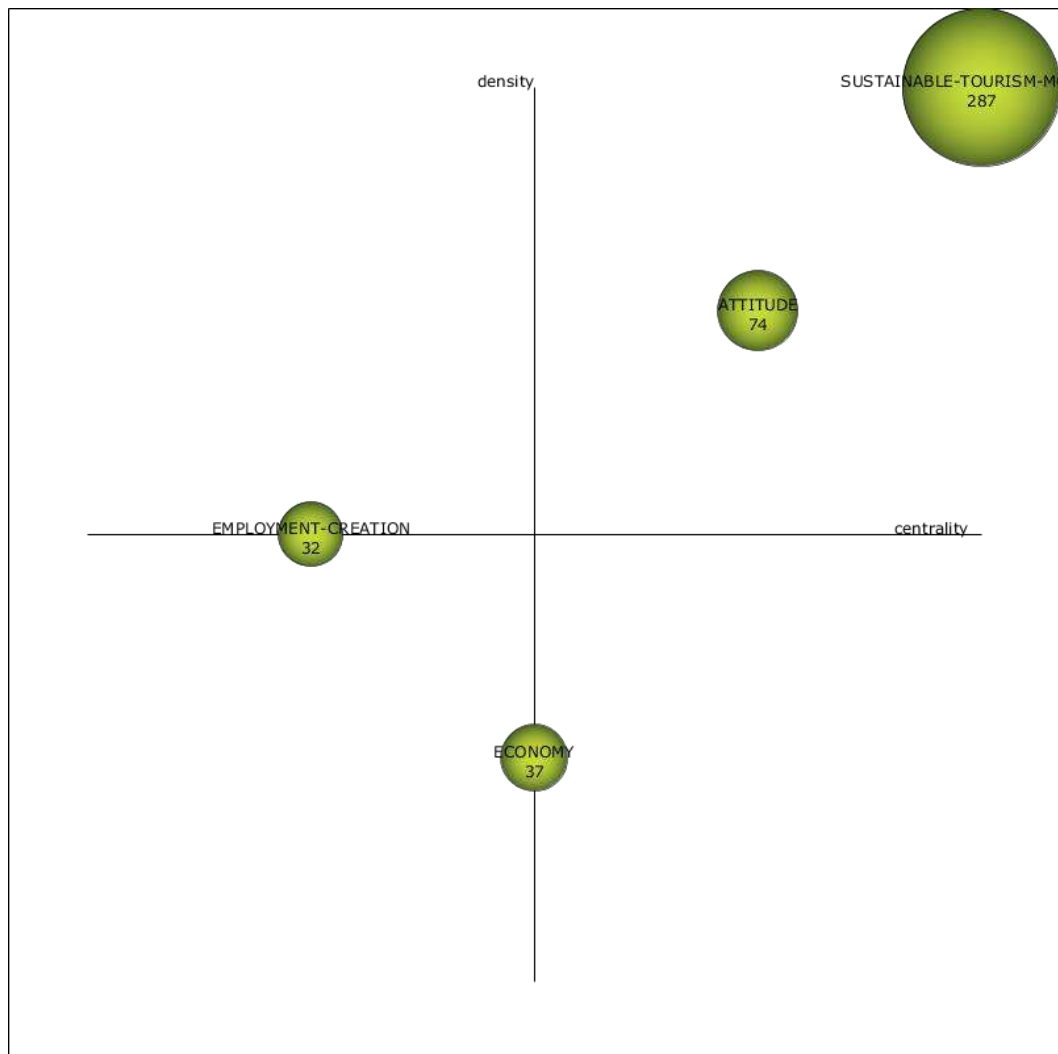


Figura 3. Diagrama estratégico de la medida de rendimiento en base a citas del segundo periodo. Fuente: Autores desde SciMAT

Para poder realizar una evaluación descriptiva del diagrama estratégico es necesario comentar los términos densidad y centralidad. La densidad mide la fuerza interna o grado de cohesión de enlace de los temas mediante la fórmula:

$$d = 100 \frac{\sum e_{ij}}{w},$$

Donde i y j son las palabras clave que pertenecen al tema, w el número de palabras clave que pertenecen al tema.

Por otro lado, la centralidad se encarga de medir el grado de fuerza de los enlaces externos de ese tema con otros temas siguiendo la fórmula:

$$c = 10 * \sum e_{kh},$$

Donde k y h son palabras pertenecientes a temas diferentes. Esta medida se puede entender como indica Cobo et al. (2011) como la relevancia de un tema dentro de un campo científico. Seguido de esto en el cuadrante superior izquierdo se encuentran los temas más desarrollados dentro del estudio de estas disciplinas. Por su parte, el cuadrante superior derecho nos ofrece los temas motores. Los dos cuadrante inferiores con menor densidad nos hablan en la parte izquierda de temas emergentes o en desaparición mientras que en el cuadrante derecho se sitúan los temas básicos y transversales. En este sentido, los temas motores más importante son los que tienen relación con la sostenibilidad del transporte y el turismo. Si bien el desarrollo social necesita de ambos, puede observarse que existe una preocupación creciente porque este desarrollo no provoque más efectos perjudiciales que las ventajas que pueda traer consigo.

La creación de empleo como valor aportado por la relación entre el turismo y el transporte aéreo se convierte en un tema aislado. Bien es cierto que para el desarrollo social, el aspecto laboral es muy importante y el turismo, cuando es desarrollado en un territorio provoca una disminución del desempleo. En este sentido, la economía local, mejora y existe mayor sociabilización. La economía como puede apreciarse es un tema transversal lo que implica que las relaciones entre transporte aéreo y turismo pasan por el aspecto económico en cuanto hablamos de desarrollo social. Es decir, el desarrollo social va unido a una buena coyuntura económica que es en definitiva lo que se produce cuando existe una relación equilibrada entre el sector turístico y la gestión del transporte aéreo. Dentro de este periodo la tabla 1 nos muestra los artículos con mayor impacto.

Tabla 1. Artículos con mayor impacto del segundo periodo

Dickinson, J. E., Robbins, D., & Lumsdon, L. (2010). Holiday travel discourses and climate change. <i>Journal of Transport Geography</i> , 18(3), 482-489. (84 citas)
Chang, D. S., Chen, S. H., Hsu, C. W., & Hu, A. H. (2015). Identifying strategic factors of the implantation CSR in the airline industry: The case of Asia-Pacific airlines. <i>Sustainability</i> , 7(6), 7762-7783. (37 citas)
Jamal, T., & Watt, E. M. (2013). Climate change pedagogy and performative action: Toward community-based destination governance. In <i>Tourism Governance</i> (pp. 171-188). Routledge. (35 citas)
Gössling, S. (2018). Tourism, tourist learning and sustainability: An exploratory discussion of complexities, problems, and opportunities. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 26(2), 292-306. (28 citas)
Cohen, S. A., Higham, J., Gössling, S., Peeters, P., & Eijgelaar, E. (2016). Finding effective pathways to sustainable mobility: Bridging the science-policy gap. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 24(3), 317-334. (27 citas)

Fuente: Autores desde SciMAT

Resultados del tercer periodo

El tercer periodo comprende desde el mes de marzo de 2020 tras la declaración de la pandemia hasta la actualidad. El año más prolífico de este periodo fue el 2020, concretamente, un 20,455% de las publicaciones totales de los dos periodos se concentraon solo desde marzo hasta diciembre de ese año. Esto resulta explicable debido a la pandemia y a lo que algunos autores ya han comentado con anterioridad, las épocas de crisis provocan un aumento de la capacidad académica con mayor interés y más innovación. En este sentido, la figura 4 nos muestra visualmente la medida de rendimiento en base a las citas de los temas más importantes del periodo.

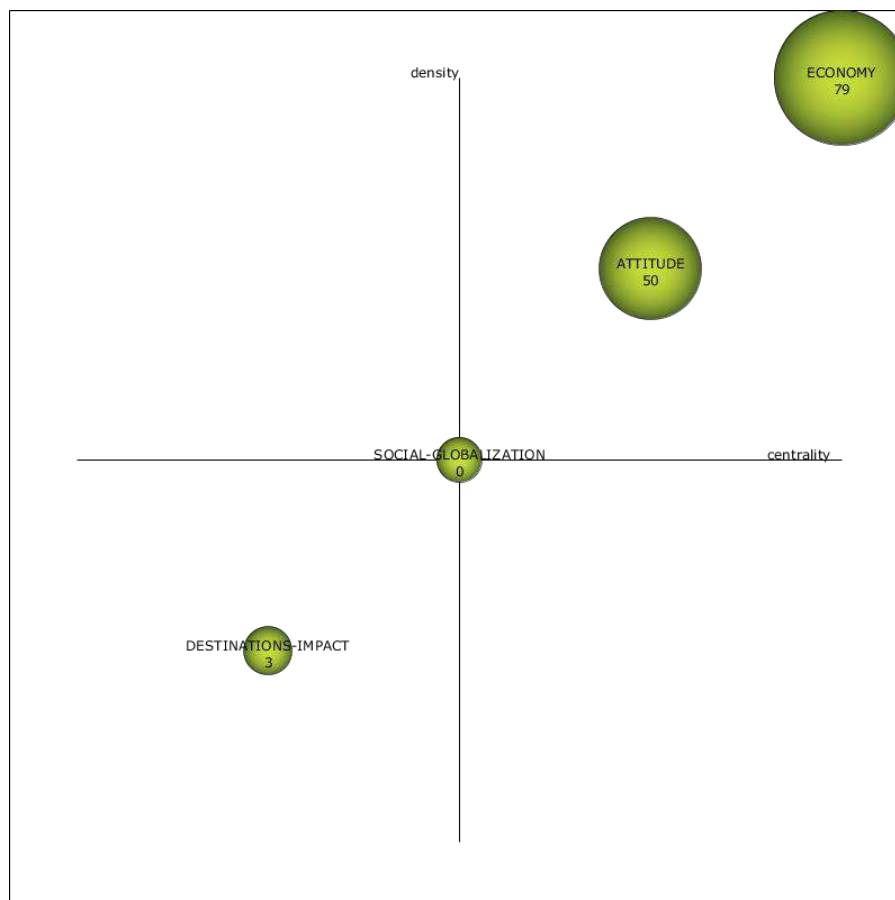


Figura 4. Diagrama estratégico de la medida de rendimiento en base a citas del tercer periodo. Fuente: Autores desde SciMAT

Como puede observarse, la economía y el estudio de la actitud son los temas motores de esta etapa. Por su parte, los estudios de caso de los impactos en el destino parece ser un tema en desaparición. Si en el periodo anterior no hubiese estado presente estaríamos hablando de un tema emergente pero su aparición en el periodo anterior nos indica que se trata de un tema que ha dejado de ser relevante para los academicistas.

Dentro del cluster actitud los estudios nos devuelven importantes hallazgos, los estudios que se realizan en cuanto a estas disciplinas obtienen actitudes positivas por parte de las

comunidades locales. Potencian que es necesario una buena actitud ante el desarrollo del turismo y el transporte porque esa relación termina por repercutirles como población local. En algunos de los documentos pertenecientes a esa esfera se incluyen también estudios de impacto donde resalta que la relación del transporte y la economía desde el aspecto social desemboca en una mejorar de la calidad de vida de quienes habitan el territorio así como de una mejora psicosocial. Los documentos con mayores citas se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 2. Artículos con mayor impacto del tercero periodo

Balsalobre-Lorente, D., Driha, O. M., Bekun, F. V., & Adedoyin, F. F. (2021). The asymmetric impact of air transport on economic growth in Spain: fresh evidence from the tourism-led growth hypothesis. <i>Current issues in tourism</i> , 24(4), 503-519. (46 citas)
Meng, C., Du, X., Ren, Y., Shen, L., Cheng, G., & Wang, J. (2020). Sustainable urban development: An examination of literature evolution on urban carrying capacity in the Chinese context. <i>Journal of Cleaner Production</i> , 277, 122802. (18 citas)
Contini, D., & Merico, E. (2021). Recent advances in studying air quality and health effects of shipping emissions. <i>Atmosphere</i> , 12(1), 92. (8 citas)
Njoya, E. T., & Nikitas, A. (2020). The role of air transport in employment creation and inclusive growth in the Global South: The case of South Africa. <i>Journal of Transport Geography</i> , 85, 102738. (7citas)

Fuente: Autores desde SciMAT

En relación a la visualización conjunta de las palabras clave de ambos periodos (segundo y tercero), la siguiente figura 5 nos muestra la concentración y relación de estas. Como puede apreciarse, los términos indicador, modelo y producto interior bruto funcionan con frecuencia conjuntamente en los artículos mientras que sostenibilidad, ciudades, servicios y capacidad forman otro cluster temático. El último lo compone aeropuertos, infraestructuras aeroportuarias y terminales.

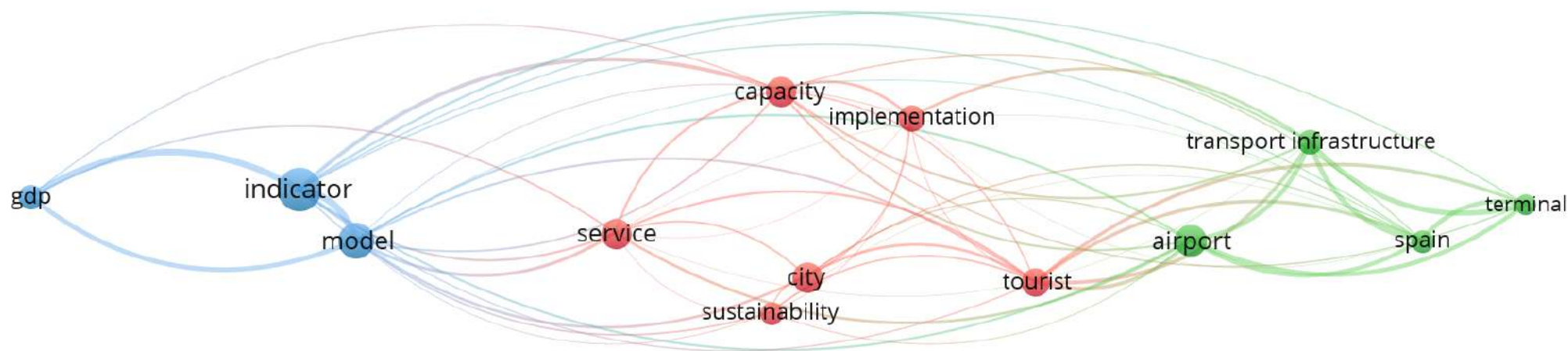


Figura 5. Diagrama estratégico de la medida de rendimiento en base a citas de ambos periodos. Fuente: Autores desde Vosviewer

La siguiente figura nos muestra la concurrencia de autores dentro de esta temática. El conglomerado por colores nos presenta grupos de autores que escriben conjuntamente sobre esta temática. Como puede apreciarse son escasos los autores que escriben de forma individual. Este hecho suele ocurrir cuando concurren en un eje temático distintas disciplinas ya que, si bien el turismo es una disciplina muy relacionada con casi todos los campos del conocimiento, el estudio del transporte se centra en un núcleo más concreto.

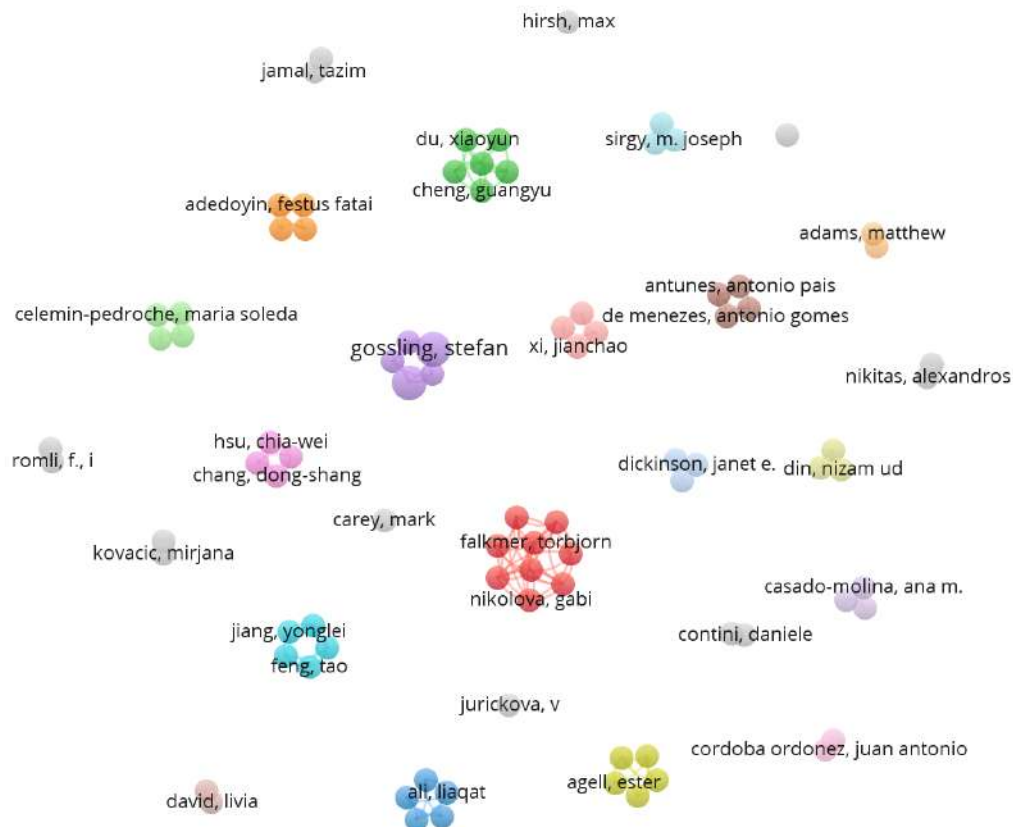
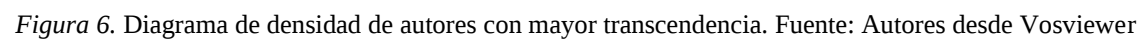


Figura 6. Diagrama de visualización de red de concurrencia de autores. Fuente: Autores desde Vosviewer

En la siguiente figura se observa la densidad de visualización, esto resulta relevante ya que permite a los investigadores acudir directamente a los perfiles de los autores para buscar datos o revisar su trabajo. En este sentido, como puede apreciarse, Stefan Goosling es el autor en solitario más prolífico de este campo.



Por otro lado, las áreas temáticas con mayor número de publicaciones se presentan en la figura 7. Como puede apreciarse, las dos principales áreas de investigación tienen relación con el turismo y la sostenibilidad. Este hecho, es reseñable ya que implica que en ese desarrollo social y evolutivo en el que el transporte y el turismo tienen cabida, es necesario hablar también de sostenibilidad. En un segundo término, también debe ser apostillado que la economía tiene un papel clave como nexo entre esos dos sectores y la sociedad. De hecho se observa también al realizar un análisis sobre las principales revistas donde la relación entre turismo y transporte es casi orientada hacia la sostenibilidad. Ejemplo de ello es que la primera revista es Journal of Sustainable Tourism y la segunda Sustainability.

La Fundación Nacional de Ciencias Naturales de China quién más apoyo presta a través de fondos a la investigación de esta temática seguido por la Fundación Portuguesa de Ciencia y Tecnología. En cuanto a las universidades más prolíficas, destacan Bournemouth, Breda y Leru. Sin embargo, China, Inglaterra y España son las regiones donde mayor número de investigación se han llevado a cabo. Las investigaciones por parte de China se centran en el medioambiente y en cómo el desarrollo de un sector como el transporte puede, manteniendo el mismo nivel de desarrollo turístico, provocar una continuación a la evolución social sin dejar de ser sostenibles.

Por su parte, las investigaciones que provienen del país inglés se concentran en torno al eje económico. Ahondando desde cómo el transporte aéreo puede contribuir al crecimiento en un destino como Sudáfrica hasta el orden social basado en la sostenibilidad para conseguir un futuro de transporte responsable. Los investigadores españoles por su parte analizan el paradigma del transporte aéreo, la conectividad y sus implicaciones y como la globalización y la conectividad desemboca en un estudio de carácter social y antropológico.



Figura 7. Árbol representativo de las revistas con publicaciones de esta temática. Fuente: Autores desde WOS

Discusión

El presente estudio ha demostrado la necesidad de ahondar con mayor profundidad en la relación entre en transporte y el turismo desde la perspectiva social. De hecho, esta necesidad tiene su base en la escasez de publicaciones a lo largo de los tres periodos. El desarrollo social a través del turismo y el transporte aéreo es un tema con una importante transcendencia fuera de la Academia, solo 43 publicaciones representen la globalidad de un aspecto clave dentro de las publicaciones de alto impacto.

Es necesario destacar que en la primera etapa no se obtuvo ningún resultado por lo que no se ha podido realizar evaluación alguna hasta el 11 de septiembre de 2001. Esto nos demuestra que no ha habido interés en el análisis de la relación turismo y transporte desde la perspectiva social. Sin embargo, el 11 de septiembre como ya indicó Korstanje (2018) todo cambió y así mismo comenzaron a aparecer las primeras investigaciones en alto impacto.

En la etapa comprendida entre el ataque a las torres gemelas y la declaración de la pandemia el tema motor fue la sostenibilidad. De hecho, tanto las citas como el mayor número de publicaciones se produjeron en el seno de este clúster. No se observan temas muy desarrollados o relevantes sin desarrollo porque se trata de una etapa incipiente. En cuanto a la tercera etapa, la economía se convierte en el centro de la relación transporte y turismo. Es necesario destacar que florecen los estudios sobre actitudes. La academia se preocupa por las creencias y emociones frente a la relación objeto de estudio. Sin embargo, las revistas que más artículos publican tienen que ver de nuevo con la sostenibilidad.

Por tanto, este trabajo no nos ofrece únicamente cómo ha evolucionado el estudio del transporte y el turismo desde el punto de vista social, sino que nos aporta un fiel reflejo del vacío de análisis existente y de las posibilidades que se abren para futuros estudios. Además, se ha demostrado que la aplicación de la bibliometría aporta interesantes beneficios no solo en la presentación visual de los resultados sino también en el estudio longitudinal que aporta. De hecho, los estudios bibliométricos podrían convertirse en modernizadores de la actual estructura de las revisiones de la literatura.

Por otro lado, no ha sido posible realizar una comparación entre este y otros análisis debido a que no se han encontrado en publicaciones de impacto otra investigación con semejante objetivos y contenido. Así mismo, la principal limitación de este estudio reside en que solo se han tenido en cuenta las publicaciones en alto impacto. Futuros estudios podrían contemplar otras bases de datos y continuar evaluando la vía temática que relaciona al turismo con el transporte desde la perspectiva social.

Conclusiones

El desarrollo de la sociedad requiere de la apertura al entorno globalizado, esto la dota de herramientas con las que no solo crece, sino que se transforma. Si bien la literatura ha

demostrado que el transporte puede llegar a definir el turismo que llega a una ciudad. Véase, si el destino posee un aeropuerto en el que operan compañías de bajo coste, el turismo asociado a este producto tendrá el mismo nivel. Luego ¿por qué entonces investigar cómo modificar la tipología turística a través del transporte y no cómo se desarrolla la sociedad local bajo esa misma relación? Puede quizás deberse a que el avance de la población no resulta relevante a efectos económicos.

De hecho, este estudio ha demostrado que la economía es un elemento fijo en la relación turismo, transporte y desarrollo. Hecho que también comparte con la sostenibilidad ya que esta ha dejado de ser únicamente relacionada con el medioambiente para ahondar sobre aspectos que incluyen desde el respecto a los derechos humanos hasta el cuidado del planeta. Sin embargo, la relación de publicaciones no demuestra este contenido, ya que es la parte medioambiental quién adquiere mención.

En este sentido, el presente análisis tenía como objetivo explorar la relación entre turismo y transporte desde un punto de vista social. Y del estudio se desprende que es necesario atraer a investigadores hacia esta temática. En parte por el efecto que supone el desarrollo de una región socialmente hablando y por otro porque el carácter de su gente puede convertirse en un atractivo turístico (Khairuddin & Yamin, 2019) que sin duda podría provocar una mayor lealtad o satisfacción del turista en el destino. Además, el desarrollo puede estudiarse desde otras perspectivas interesantes. Por ejemplo, la gobernanza por parte de los gestores del turismo. Si se invierten en infraestructuras en un espacio territorial concreto, este podría adquirir un mayor desarrollo que otras áreas por lo que estarían focalizando la llegada de turistas a este punto, haciendo una redirección a conciencia del turista. Esto le impediría conocer otras áreas y, por tanto, dejaría de integrarse con la población local en su territorio natural y no en el creado al efecto como atracción.

En cuanto a lo que planteaban algunos autores de si el transporte resulta el medio que permite el desarrollo del turismo sin entrar más allá (Messian et al., 2019), podría afirmarse que, aunque teóricamente, otros muchos ponen en consideración que son dos sectores que deben trabajar conjuntamente bajo esa relación intrínseca de dependencia, lo cierto es que, desde el punto de vista social, el transporte se ha convertido en una herramienta y pilar fundamental.

Por un lado, ofrece mejoras como el empleo (Narayan, 2000) pero por otro produce efectos negativos (Duval, 2013) con los que es necesario lidiar para evitar que uno de los sectores más potente de las economías mundiales, caiga de nuevo en otra crisis. En relación a esto último, este análisis ha revelado que los periodos de vulnerabilidad provocan un aumento de la producción científica. En este caso, se produce un salto cuantitativo a nivel del número de publicación que luego desciende hasta que, de nuevo, los sectores vuelven a hacer frente a una nueva situación de crisis.

Los temas más recurrentes por tanto son la sostenibilidad y la economía. Mientras que los futuros investigadores deberán profundizar en cómo se produce el desarrollo social o qué

modificaciones sociales son adquiridas gracias a la simbiosis entre transporte aéreo y turismo ya que como podía desprenderse del diagrama de la segunda etapa no había ningún tema emergente en la materia ni ninguno que teniendo una gran relevancia estuviese desarrollado. Esto ofrece una oportunidad de nicho de investigación que a su vez deriva en una llamada al compromiso de continuar analizando cómo y de qué forma cuando el transporte y el turismo se unen, la sociedad evoluciona.

Referencias

- Abdukhamidov, S., Makhmudova, A., & Mukhamadiev, A. (2022). Development of Tourist Routes and the Formation of Attractive Tourist Products. *Journal of Ethics and Diversity in International Communication*, 2(3), 129-132. Disponible En URL: <http://openaccessjournals.eu/index.php/jedic/article/download/741/1105>.
- Ahnlund, C. (2010). Tourism strategy at Swedish transport administration. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 139, 13-19.
- Aldebert, B., Dang, R. J., & Longhi, C. (2011). Innovation in the tourism industry: The case of Tourism@. *Tourism management*, 32(5), 1204-1213. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.08.010>
- Callot, P. (2006), "New tourist frontiers or new barriers for global tourism?", *Tourism Review*, Vol. 61 No. 2, pp. 17-23. <https://doi.org/10.1108/eb058471>
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2012). SciMAT: A new science mapping analysis software tool. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63(8), 1609-1630. <https://doi.org/10.1002/asi.22688>
- Cooper, C., & Hall, C. M. (2007). *Contemporary tourism*. Routledge.
- Demin, V. A., Efimenko, D. B., Blinov, D. V., Komkova, D. A., & Rogov, V. R. (2021, March). Multi-Agent Approach to Freight Transportation Using Pooling Technology. In *2021 Systems of Signals Generating and Processing in the Field of on-Board Communications* (pp. 1-5). IEEE. <https://doi.org/10.1109/IEEECONF51389.2021.9416077>.
- Duval, D. T. (2013). Critical issues in air transport and tourism. *Tourism geographies*, 15(3), 494-510. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.675581>
- Ekanayake, E. M., & Long, A. E. (2012). Tourism development and economic growth in developing countries. *The International Journal of Business and Finance Research*, 6(1), 61-63. Disponible En SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1948704>
- FaladeObalade, T. A., & Dubey, S. (2014). Managing Tourism as a source of Revenue and Foreign direct investment inflow in a developing Country: The Jordanian Experience. *International journal of academic research in economics and management sciences*, 3(3), 16-42. <https://doi.org/10.6007/IJAREMS/v3-i3/901>

- Garfield, E. (1972). Citation analysis as a tool in journal evaluation: Journals can be ranked by frequency and impact of citations for science policy studies. *Science*, 178(4060), 471-479. <https://doi.org/10.1126/science.178.4060.471>
- Goetz, A. R. (2011). The global economic crisis, investment in transport infrastructure, and economic development. In *Transportation and Economic Development Challenges*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9780857930637.00008>
- Harvey, G., & Turnbull, P. J. (2002). Contesting the crisis: aviation industrial relations and trade union strategies after 11 September. Disponible en URL: https://orca.cardiff.ac.uk/id/eprint/51480/1/ITF_Contesting_the_crisis_2_report.pdf
- Hosteltur. Recuperado desde: https://www.hosteltur.com/151527_el-turismo-creara-casi-ocho-millones-de-empleos-en-europa-la-proxima-decada.html
- Carril, V. P., & Otón, M. P. (2009). O transporte como produto turístico en Galiza: unha análise da oferta actual. *Revista galega de economía: Publicación Interdisciplinar da Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais*, 18(2), 21-48. Disponible en URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3113429>
- Khairuddin, K., & Yamin, M. (2019, December). Megapodius reinwardt conservation based on ecological knowledge of local people to support sustainable ecotourism on Moyo Island. In *AIP Conference Proceedings* (Vol. 2199, No. 1, p. 050004). AIP Publishing LLC. <https://doi.org/10.1063/1.5141302>
- Korstanje, M. (2011). “Primer ensayo de Filosofía del Turismo: el nacimiento de la calesita”. Turydes, *Revista de turismo y Desarrollo*. Vol. 4 (10). Disponible en URL: https://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/SOCIALES_8/Turismo/M%20korstanje.pdf
- Korstanje, M., & Scalona Muñoz, F. (2013). Movilidad y miradas turísticas. Disponible en URL: https://www.academia.edu/7418566/MOVILIDAD_Y_MIRADAS_TURISTICAS
- Laws, E., Prideaux, B., & Chon, K. S. (Eds.). (2007). *Crisis management in tourism*. Cabi.
- Leslie, D. (Ed.). (2012). *Responsible tourism: Concepts, theory, and practice*. CABI.
- Luis, J. Á. H. (2004). The role of inter-island air transport in the Canary Islands. *Journal of Transport Geography*, 12(3), 235-244. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2004.04.005>
- Mantero, C. (2022). Sustainable, Smart and Safe Mobility at the Core of Sustainable Tourism in Six European Islands. In *Sustainable Mobility for Island Destinations* (pp. 1-18). Springer, Cham. Disponible En URL: <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/51982/978-3-030-73715-3.pdf?sequence=1#page=10>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical, and social impacts*. Longman.

- Messian, D., Poulaki, I., & Marinakos, K. (2019). Funding and Investments for Tourism Development: Air Transport Services in Paros Island. *Journal of Air Transport Studies*, 10(2), 32-47. <https://doi.org/10.38008/jats.v10i2.144>.
- Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on central Florida. *Annals of tourism research*, 15(2), 191-204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90082-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90082-5)
- Momani, A. M., Alsakhnini, M., & Hanaysha, J. R. (2022). Emerging Technologies and Their Impact on the Future of the Tourism and Hospitality Industry. *International Journal of Information Systems in the Service Sector (IJISSS)*, 14(1), 1-18. <https://doi.org/10.4018/IJISSS.287579>
- Morakabati, Y. (2020). A question of confidence. Is tourism as vulnerable to civil unrest as we think? A comparative analysis of the impact of Arab Spring on total reserves and tourism receipts. *International Journal of Tourism Research*, 22(2), 252-265. <https://doi.org/10.1002/jtr.2333>
- Narayan, P. K. (2000). Fiji's tourism industry: a SWOT analysis. *Journal of Tourism Studies*, 11(2), 15-24. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2084890>
- Ntibanyurwa, A. (2006). Tourism as a factor of development. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 97. <https://doi.org/10.2495/ST060071>
- Papatheodorou, A. (2021). A review of research into air transport and tourism: launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on air transport and tourism. *Annals of Tourism Research*, 87, 103151. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103151>
- Papatheodorou, A., Rosselló, J., & Xiao, H. (2010). Global economic crisis and tourism: Consequences and perspectives. *Journal of Travel Research*, 49(1), 39-45. <https://doi.org/10.1177/0047287509355327>
- Pjero, E. (2008). Albania tourism market and its promotional strategy. *Економски Развој-Economic Development*, 10(3), 229-247. Disponible en URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=273464>
- Rizzi, P., & Rizzi, C. (2022). The Growing Interdependence between the Aviation Industry and the Economic Development of Nations. In *The Impact of COVID-19 on World Aviation Industry: Challenges and Opportunities* (pp. 5-45). https://doi.org/10.1142/9789811246142_0002
- Salazar, N. B. (2011). The power of imagination in transnational mobilities. *Identities*, 18(6), 576-598. <https://doi.org/10.1080/1070289X.2011.672859>
- Saner, R., Yiu, L., & Filadoro, M. (2019). Tourism development in least developed countries: Challenges and opportunities. *Sustainable Tourism: Breakthroughs in Research and Practice*, 94-120. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7504-7.ch006>

- Sönmez, S. F., Apostolopoulos, Y., & Tarlow, P. (1999). Tourism in crisis: Managing the effects of terrorism. *Journal of travel research*, 38(1), 13-18. <https://doi.org/10.1177/004728759903800104>
- Speakman, C. (2005). Tourism and transport: Future prospects. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 2(2), 129-135. <https://doi.org/10.1080/14790530500173647>
- Steene, A. (2019). Without transportation no tourism industry: Case Stockholm/Sweden. 17 Available at URN: urn:nbn:se:hv:diva-13940
- Toth, G., & David, L. (2010). Tourism and accessibility: An integrated approach. *Applied Geography*, 30(4), 666-677. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2010.01.008>
- Turismo de España. Recuperado desde : <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Paginas/Index.aspx>
- UNWTO. Recuperado desde: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=Aumento%20del%20gasto%20tur%C3%ADstico,3%2C5%20billones%20de%20d%C3%B3lares.>
- Urry, J. (1990). Tourist gaze: travel, leisure, and society. *Tourist gaze: travel, leisure, and society*. London: Sage, 2002. Disponible en URL: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19901879617>
- Williams, A. M. (2013). Mobilities and sustainable tourism: path-creating or path-dependent relationships? *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 511-531. Disponible en URL: <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.768252>



**Desarrollo Turístico y Gobernanza Solidaria en Tepeapulco,
Hidalgo, México: Posibilidades y Retos**

**Tourism Development and Solidarity Governance in Tepeapulco,
Hidalgo, Mexico: Possibilities and Challenges¹**

Karla Cervantes-Martínez

<https://orcid.org/0000000302750182>

karlacervantes.edu@gmail.com²

Marcelino Castillo-Nechar

<https://orcid.org/0000-0003-4894-8813>

marcanec62@hotmail.com³

Elva Esther Vargas-Martínez

<https://orcid.org/0000-0003-2657-2691>

elvacolegio@gmail.com⁴

Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Roger Joseph Bergeret-Muñoz

<https://orcid.org/0000000269319760>

cietal@btu.com.mx⁵

Universidad Autónoma de Guerrero, México.

¹ Manuscrito recibido el 26 de septiembre del 2022, y aceptado tras revisión editorial y de pares doble ciego el 09 de diciembre del 2022. Turismo, desarrollo y buen vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística- RICIT. no. 16 (2022) Publicación anual. ISSN: 1390-6305 ISSN-e: 2588-0861

² Estudiante de la Maestría en Estudios Turísticos de la Universidad Autónoma Del Estado de México en el Centro de Investigación y Estudios Turísticos (CIETUR).

³ Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por el CIDHEM de Morelos. Profesor investigador de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la U.A.E.M.

⁴ Doctora en Ciencias Ambientales. Colabora en el Centro de Investigación y Estudios Turísticos (CIETUR) en la Universidad Autónoma del Estado de México.

⁵ Doctor en Estudios de Sociedades Latinoamericanas, Profesor de la Maestría en Gestión sustentable del Turismo (PNPC, CONACYT).

Resumen

El presente artículo formula una mirada crítica a los modelos tradicionalistas de desarrollo turístico, centrados en el crecimiento económico, revalorando las categorías de desarrollo, gobernanza y solidaridad. La finalidad de este documento es mostrar la importancia de las perspectivas y los comentarios de los sujetos de investigación, señalar y dar cuenta de las opiniones que se crean en torno al turismo del municipio de Tepeapulco, Hidalgo, México, ya que se han enfrentado a problemas críticos que han afectado el desarrollo turístico. La metodología empleada se basa en un modelo coimplicado, en tres etapas: la conceptualización de las categorías de análisis como gobernanza, desarrollo turístico, desarrollo turístico sostenible y solidaridad; la delimitación del estudio, acercamientos a la zona y objeto de estudio y; finalmente el análisis de los hallazgos que se han encontrado. Resultado de este estudio de caso se han encontrado alternativas para la integración de políticas que incidan en procesos del desarrollo turístico de Tepeapulco, en procesos tan álgidos como la gobernanza y la solidaridad. A través de esta investigación se gestan alternativas que responden a las necesidades y expectativas del municipio, finalmente se propone un modelo de desarrollo turístico con base en una gobernanza solidaria.

Palabras clave: turismo, gobernanza, solidaridad, desarrollo, modelos.

Abstract

This article formulates a critical look at the traditional models of tourism development, focused on economic growth, revaluing the categories of development, governance, and solidarity. The purpose of this document is to show the importance of the perspectives and comments of the research subjects, point out and inform the opinions that are created around tourism in the municipality of Tepeapulco, Hidalgo, Mexico, since they have faced critical problems that have affected tourism development. The methodology used is based on a co-involved model, in three stages: conceptualization of analysis categories such as governance, tourism development, sustainable tourism development and solidarity; the delimitation of the study, approaches to the area and object of study and finally the analysis of the findings that have been found. As a result of this case study, alternatives have been found for the integration of policies that affect the processes of tourism development in Tepeapulco, in processes as critical as governance and solidarity. Through this research, alternatives are developed that respond to the needs and expectations of the municipality, finally a tourism development model based on solidarity governance is proposed.

Key words: tourism, governance, solidarity, development, models.

Introducción

El desenvolvimiento del turismo en el municipio de Tepeapulco, Hidalgo, en México ha mostrado un genuino interés por parte de los prestadores de servicios, funcionarios de gobierno, la población en general y los mismos visitantes del sitio. Un punto de partida en esta investigación se ha destacado por la clara visión convencionalista del desarrollo de los

destinos en los que se espera que todos funcionen de la misma manera sin ver con claridad cada oportunidad y desafío que se presentan, como en el caso de Tepeapulco, además de la clara falta de cohesión entre los diferentes grupos de la sociedad en los que se ha dividido esta investigación.

Estos visibles problemas permiten generar la interrogante para saber si analizando el desarrollo turístico de Tepeapulco, se permitirían visualizar elementos que contribuyan a la formulación de un modelo de gobernanza turística solidaria como una alternativa a los modelos convencionalistas del turismo.

Mostrando como antecedente la clara visión tradicionalista, la finalidad de la investigación consta de formular la importancia de un modelo de desarrollo turístico solidario que incida en esquemas de gobernanza solidaria entre los actores que participan del turismo, así como analizar la dinámica del desarrollo turístico de Tepeapulco, para reconocer esquemas de gobernanza, sustentabilidad y solidaridad, en busca de revalorar la participación y las aspiraciones de los actores turísticos.

De la visión convencional del turismo

Es a finales de la década de 1920 que en México se pudieron visualizar los inicios de la industria turística. Si bien habría sido tan primitiva como desorganizada, los primeros destinos considerados turísticos eran zonas fronterizas como Tijuana, Mexicali, Matamoros o Ciudad Juárez (Guerrero-Rodríguez, 2015 en Jiménez, 1993).

En el caso de México los modelos incipientes del turismo se centran en el patrimonio natural, principalmente en los destinos de sol y playa, incentivando un desarrollo del turismo hacia afuera (Castro, 2007).

Modelos más centrados en la creación de la infraestructura para el turismo y el financiamiento de los destinos turísticos fueron empleados en México a partir de 1963 (Secretaría de Turismo, 2001), principalmente se buscaba la inversión y durante este periodo se realizaron investigaciones para determinar cuáles eran los destinos con potencial turístico, especialmente considerando las manifestaciones culturales del país con la intención de potencializar no solo el clásico turismo de sol y playa.

Esto da muestra de la convencionalidad del pensamiento en torno al turismo y es posible entender porque no se ha desarrollado desde otros horizontes que posibiliten el progreso en espacios con potencial para el impulso de esta actividad.

Si bien es cierto los programas sectoriales del turismo hasta el 2020 dan cuenta de esta tendencia convencional orientada a fortalecer la promoción, la infraestructura y la calidad, cabe señalar que, a partir de la década de 1980, durante el periodo presidencial de Miguel de la Madrid y Carlos Salinas de Gortari los programas sectoriales de turismo en México empiezan a asimilar las tendencias que el contexto marca (Oviedo--Puentes, Rivas-Tovar, & Trujillo-Flores, 2009).

Tomando en cuenta a la sustentabilidad como uno de los criterios que empezó a cobrar importancia como en la planeación internacional y en México se empezaron a incorporar bajo ciertos modelos como el ecoturismo (Guerrero- Rodríguez, 2010; López-Pardo & Palomino-Villavicencio, 2008), etnoturismo (Acuña-Medina, Gañán-Rojo, & Arango-Alzate, 2019; Hermida-Salas, 2009), agroturismo (Blanco & Riveros, 2011; Rodríguez-Alonso, 2019; Sayadi & Calatrava, 2001), sin embargo, son modelos que rayan en lo convencional a pesar de buscar la competitividad, sustentabilidad y la calidad internacional.

Podría ser que la obsolescencia de los modelos en cuestión han tenido mucho que ver con el papel que debe jugar la gobernanza y en especial la gobernanza solidaria, para no caer en el cliché de usar un concepto como novedoso y llegar a la misma convencionalidad, anteriormente mencionada.

Una situación que ha llegado a cambiar las perspectivas del turismo no solo a nivel nacional sino a nivel global y el cómo se ha gestado en las últimas décadas ha sido la contingencia sanitaria por el virus SARS-COV2 (Castello, 2020), mismo que ha permitido establecer distintas reflexiones sobre la actividad turística, así como generar la pregunta de si es posible decir que el turismo está en el proceso de llegar a ser más sostenible, desde distintas perspectivas (Rivera-García & Pastor-Ruiz, 2020).

A continuación, se presenta un análisis de las principales orientaciones que tiene el llamado desarrollo turístico sostenible, en el contexto de las políticas públicas y la gobernanza solidaria.

Marco teórico

Del desarrollo turístico sostenible, las políticas públicas y la gobernanza solidaria

El desarrollo turístico sostenible es considerado, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (Organización Mundial del Turismo, 2015), el tipo de turismo “...que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

El desarrollo turístico sostenible es parte fundamental del crecimiento económico, así como del cuidado del medio ambiente y sobre la distribución de los beneficios obtenidos respecto del mismo, es por lo que debe dar un uso adecuado a los recursos ambientales, fomentar el respeto a la autenticidad de la cultura y la sociedad y, asegurar actividades económicas que sean viables en el largo plazo (Rivas-García & Magadán-Díaz, 2007)

Los efectos causados por el turismo (Tinoco, 2003; González-Herrera & Iglesias-Montero, 2009) se han hecho visibles alrededor del mundo, en la cultura (Pichardo, 2015), economía (Raúl-Hernández, 2004), medioambiente (Orgaz-Agüera, 2014; Camacho-Ruiz, Carrillo-Reyes, Rioja-Paradela, & Espinoza-Medina, 2016)), teniendo como reto implementar medidas que permitan seguir realizando esta actividad esperando tener menores impactos además de buscar la cohesión social (Villacis-Salas, 2019).

Bustos-Flores & Chacón-Parra (2009), explican que la idea del desarrollo sostenible desde una visión de Desarrollo Sostenible, en el que la mezcla de ética y valores serían parte fundamental del mismo, permitiendo que fuera ecológicamente sostenible y socialmente justo, siendo Castilla (1992) quien llegara a explicar que existe un punto en el que ya no habrá posibilidades de revertir los efectos que el humano haya causado en el medio ambiente y la manera más ideal sería poniendo en práctica el Desarrollo Sostenible.

Lalangui, Espinoza-Carrión, & Pérez-Espinoza (2017), muestran una cronología de los eventos importantes de iniciativas mundiales con la finalidad de promover la actividad turística y a su vez mejorar la calidad de vida de los grupos involucrados en la actividad turística.

Un ejemplo de iniciativa mundial es la Agenda 21 que tiene como objetivo proponer estrategias y acciones en el corto, mediano y largo plazo, con la finalidad de dar fuerza a la dinámica de los destinos turísticos, vinculado a esta iniciativa se encuentran los gobiernos, local, estatal y nacional, con la finalidad de aportar el apoyo necesario a los destinos interesados en el desarrollo del turismo.

Con base en este tipo de iniciativas se han encontrado sistemas de indicadores, mismos que permiten orientar la toma de decisiones en las diferentes fases de la planificación turística, así como en los procesos de gestión pública, simplifican las relaciones complejas y proporcionan información relevante para el proceso de administración (Torres, 2008) del turismo y, además, permiten valorar su implementación y logros alcanzados.

Se han encontrado indicadores tanto cuantitativos como cualitativos que funcionan para establecer las tendencias del destino turístico para alcanzar la sostenibilidad, a su vez para identificar los impactos que se dan en el ambiente a partir del uso y disfrute de los

recursos y atractivos, con base en diversos autores (Camacho-Ruiz, Carrillo-Reyes, Rioja-Paradela, & Espinoza-Medinilla, 2016; Guerrero-Millán, Villagómez-Méndez, & Herrera-Miranda, 2021; Ibañez & Angeles, 2012; Rivas-García & Magadán-Díaz, 2007; también, de organizaciones como la Organización Mundial del Turismo (OMT), 2005), la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología, 2001, lo ideal sería responder a los problemas ambientales, sociales, organizacionales y culturales con la ayuda de estos indicadores.

Tabla 1.

Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible

Indicador	Medida
Protección del sitio	Categoría de protección del sitio según el índice de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza
Satisfacción del turista	Nivel de satisfacción del visitante
Satisfacción de la población local	Nivel de satisfacción de residentes
Contribución del turismo a la economía local	Proporción de la actividad económica local generada únicamente por el turismo
Percepción de la comunidad acerca de la actividad turística	Opinión que tiene la población local respecto de la actividad turística que se desarrolla en el destino. Determina su grado de satisfacción con la presencia de visitantes.
Grado de participación en actividades culturales	Determina el grado de interés y apego de la población local a sus costumbres, tradiciones y manifestaciones propias.
Capacidad de gestión de la autoridad local	Mide la gestión realizada a través del liderazgo. Ratio de proyectos turísticos aprobados al municipio en un periodo determinado sobre el total de proyectos turísticos presentados por el municipio en el mismo periodo.
Percepción de operadores turísticos locales y externos	Refleja la opinión manifestada por los operadores turísticos, localizados en el destino acerca del producto turístico conformado por el conjunto de atractivos, equipamiento e infraestructura local.
Control de acceso a sitios de interés turístico	Mide la preocupación que presentan las autoridades por la conservación y resguardo de los sitios de interés turístico, que muestran ciertos niveles de fragilidad frente a la intervención humana u otros agentes externos.

Fuente: elaboración propia con base en autores Camacho-Ruiz, Carrillo-Reyes, Rioja-Paradela, & Espinoza-Medinilla, 2016; Guerrero-Millán, Villagómez-Méndez, & Herrera-Miranda, 2021; Ibañez & Angeles, 2012; Rivas-García & Magadán-Díaz, 2007; también, de organizaciones como la Organización Mundial del Turismo (OMT), 2005.

Respecto de las políticas públicas implementadas para fortalecer el desarrollo turístico sostenible, se han señalado puntos importantes para la mejora y concientización de la actividad, como Benavides (2015), quien señala que uno de los principales elementos a la

hora de establecer políticas relacionadas al turismo tiene que ver con sus impactos a nivel económico y en el desarrollo. También Benavides (2015), explica que es probable que la falta de eficacia de las políticas públicas del turismo se debe a la falta de diálogo y a los obstáculos que se encuentran en el sector.

Bauzá-Martorell (2020), explica que en los últimos años el turismo ha consistido en la masificación de los destinos turísticos por el bajo costo que representa hacer el viaje, así como los medios tecnológicos utilizados y apunta nuevamente a que lo más importante se reflejaría en la cuestión económica.

En el momento confrontar lo económico con lo ambiental, surgen los problemas que han llevado a pensar en los logros alcanzados en el desarrollo del turismo como el uso y disfrute de los recursos intrínsecos de los destinos, promoviendo el crecimiento económico, sin embargo, en la sostenibilidad se han presentado problemas respecto del patrimonio cultural, natural y social (Leyva-Fernández, Díaz-Pompa, & Ortiz-Pérez, 2017).

Gobernanza solidaria como alternativa a la visión convencional del turismo

La gobernanza es, más allá de su historia etimológica un concepto utilizado indiscriminadamente a partir del siglo XX en un sentido ‘distinto’ haciendo hincapié en cómo se conducían los asuntos públicos, independientemente del poder que el gobierno ejercía (Husata, 2014). La característica de la gobernanza se ha enfocado en romper con las ideas de los modelos convencionales del gobierno, siendo más cooperativa y consensual (Cerrillo, 2005), es así como se ha considerado un nuevo horizonte en la forma de gobernar, en el que se puede observar la interacción de los sujetos.

Rhodes (2005) explica que hay diferentes usos para el término gobernanza, se pueden rescatar algunos aspectos, redefiniendo las formas de intervención pública para la prestación de servicios públicos.

En ese sentido se puede entender cómo “El concepto de gobernanza supone introducir una nueva reflexión sobre el papel del Estado y de la sociedad en las decisiones públicas y su interacción en situaciones en las que los recursos están dispersos” (Cerrillo, 2005 p.13). Con la finalidad de trascender las barreras creadas a través del tiempo y obtener un mismo resultado en la toma de decisiones para todos los involucrados.

La importancia de la gobernanza, entendida como un nuevo proceso de gestión, recae en el adecuado y armónico funcionamiento y para saberlo es necesario contar con los instrumentos necesarios (Zamora & Cornejo, 2020) que puedan responder cómo es que se ha avanzado, si se han tomado en cuenta las opiniones de la población y si éstas han dado

solución a sus problemáticas. En este sentido, es importante mencionar que lugares como Tepeapulco, Hidalgo, con vocación turística dan muestra de la imperiosa necesidad de implementar acciones en conjunto que resulten en una gobernanza turística solidaria.

(López-Guzman, 2007) concibe que el turismo solidario es un conjunto de acciones en los que el desarrollo económico es fundamental para el beneficio de la población, particularmente en países que se encuentran en regiones emergentes.

Algunos autores como Herrero (2003) y Wearing (2001) explican la solidaridad a partir de la relación que el turista tiene con el lugar, además, al ver sus motivaciones con base en la ayuda que ellos pueden otorgarle al destino (turismo solidario). Sin embargo, para fines de esta investigación, la esencia de la solidaridad radica en la integración de los diferentes grupos seleccionados como sujetos de investigación, para lograr un manejo correcto de los atractivos, conformando una gobernanza turística solidaria.

Para el caso de la gobernanza, se han encontrado variables principales y secundarias que, de acuerdo con Wittingham (2010), a través de indicadores, pueden ayudar a entender cómo se han manejado diferentes aspectos para crear un bosquejo sobre una realidad compleja, permitiendo responder a tres funciones: científica, para explicar el contexto actual de la gobernanza; política, para evaluar el rendimiento de los actores e identificar las problemáticas que requieren de acción; y, social, con la finalidad de mejorar la comunicación y actuar en la dirección correcta (Francois, 2008).

Francois (2008), explica que los indicadores cumplen con tres funciones: la primera es informar, al permitir dar transparencia a la investigación, y sirviendo como retroalimentación a los actores involucrados; la segunda es alertar, ya que la información obtenida permite tomar acción inmediata ante los problemas que se presenten y resolverlos en profundidad y no de manera superflua; y, la tercera función es accionar y conducir, con la información obtenida lo más importante es tomar acción y poder dirigir a la resolución satisfactoria de los dilemas sociales que impiden el crecimiento y desarrollo de los destinos.

En la siguiente tabla se pueden rescatar las variables e indicadores que se han rescatado de varios autores (Wittingham, 2010; Zamora & Cornejo, 2020; Francois, 2008), esto con la finalidad de establecer las premisas iniciales con respecto a los resultados que se han obtenido en la investigación.

Tabla 2
Indicadores de Gobernanza Solidaria

Variables principales	Participación	Indicadores
		Procesos de discusión de asuntos de importancia para los residentes

		Destinación de recursos
		Acceso a servicios básicos
		Capacidad para cumplir con los objetivos fijados
		Aplicación de técnicas de nueva gerencia
Variables secundarias	Rendición de cuentas	Líneas claras de delimitación y delegación de responsabilidades
		Existencia y alcance de autonomía en los grupos responsables de tareas delegadas
		Consistencia entre la estructura jerárquica y los grupos responsables de tareas delegadas
		Intercambio de aprendizaje, capacitación y entrenamiento
		Existencia de un programa sostenido de reclutamiento y selección basado en el mérito y las capacidades
		Existencia de un programa de capacitación y entrenamiento para oficiales del gobierno local
	Administración descentralizada	

Fuente: elaboración propia con base en Wittingham, 2010; Zamora & Cornejo, 2020; Francois, 2008

Para Moënné (2010), desde el aspecto jurídico la solidaridad implica la obligación y responsabilidad conjunta de todas las personas responsables de una determinada situación, en el aspecto social podría explicarse a la solidaridad como sinónimo de igualdad, generosidad, cooperación, participación.

En busca del progreso social, se ha establecido a la solidaridad como sinónimo de comunitarismo, sin embargo, resulta necesario hacer la diferencia entre una y otra.

“Porque la solidaridad (como planteamiento moderno) parte de la afirmación de la autonomía del individuo, cuyo reconocimiento se echa en falta en el comunitarismo clásico. La comunitariedad no puede afirmarse al precio de la autonomía del individuo, sino a partir de ella y en base a ella”. (Amengual, 1993, p. 140).

Actualmente, la solidaridad ha marcado un parteaguas para el desarrollo de los espacios turísticos, para Sancho (2007), el turismo solidario surge a partir de la necesidad de hacer algo para los demás, la orientación a la sostenibilidad y el crecimiento de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) que han buscado sensibilizar a la sociedad y acercarla a los espacios que tienen poca accesibilidad.

Contexto y situación actual de Tepeapulco

Tepeapulco, se ubica al sur del Estado de Hidalgo. Colinda al norte con los municipios de Tlanalapa y Singuilucan; al este se encuentran los municipios de Cuauhtepéc de Hinojosa, Singuilucan y Apan; al sur con Apan y Emiliano Zapata y; al oeste con Emiliano Zapata, Tlanalapa y el Estado de México.

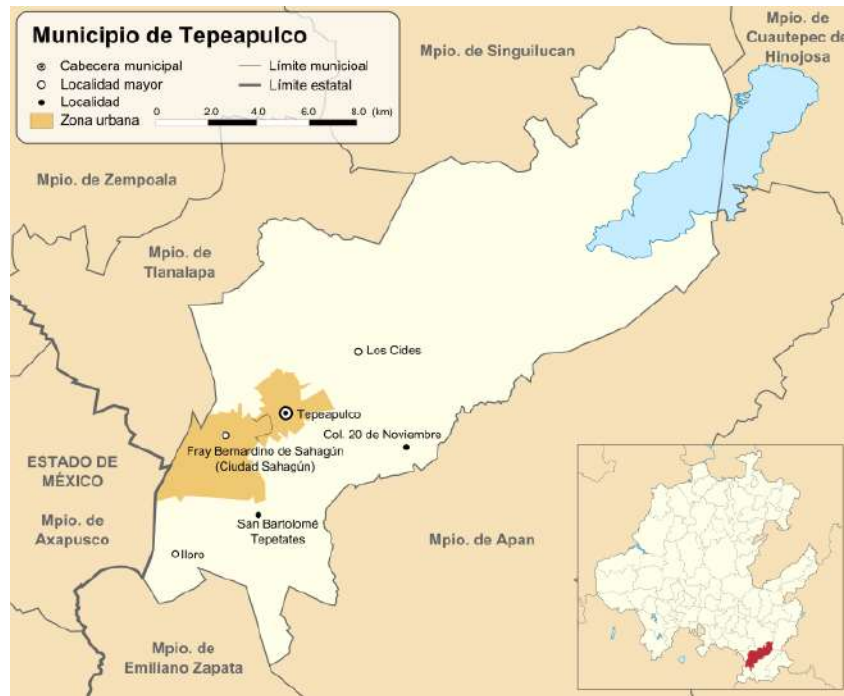


Figura 1. Ubicación geográfica de Tepeapulco. Fuente: Google imágenes s. f. de dominio público

Por su ubicación geográfica, el patrimonio natural y cultural con el que cuenta, además de las colindancias que implican conexiones históricas, Tepeapulco se ha considerado un destino con potencial turístico. Así como las manifestaciones culturales heredadas a lo largo del tiempo como la charrería, la elaboración del pulque, el uso de minerales como la obsidiana (Moragas-Segura, 2010) y, las pinturas rupestres. Probablemente desde antes de la instauración de la Dirección de Turismo en 2007, de acuerdo con Monroy (2017), quien menciona la relevancia que tenía el municipio desde antes de tomar la decisión de formar un departamento especializado en el área.

En julio de 2015, se llevó a cabo la ceremonia de acreditación para dar inicio al programa Vigías del Patrimonio Cultural en Tepeapulco, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) en conjunto con las Secretarías de Cultura y Turismo del Estado de Hidalgo y el H. Ayuntamiento de Tepeapulco (CONACULTA, 2015), tenían la finalidad de proteger, conservar y permitir el disfrute de las manifestaciones culturales con las que cuenta el municipio, este grupo sería responsable de brindar información a los residentes del municipio y visitantes, con la intención de promover el sentido de pertenencia y la revalorización de la cultura. Actualmente el programa sigue vigente.

Durante el 2015 en Tepeapulco se pudo vislumbrar la importancia cultural que tiene, formando parte de la denominación de Patrimonio Mundial por parte de la Organización de

las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), mostrando la importancia de la arquitectura del tiempo de la colonia. El Complejo Hidráulico Acueducto del Padre Tembleque (INAH, 2015).

Para octubre de 2015, gracias a los escritos de Fray Bernardino de Sahagún, se obtuvo la inscripción a Memorias del Mundo por la UNESCO, dejando a Tepeapulco como un destino icónico (Secretaría de Cultura, 2015), de ahí que el municipio sea conocido como “Cuna de la Antropología en el Nuevo Mundo”.

En 2016 se tomaron las instalaciones de la Antigua Casa de Cortes para el Museo del Maguey y el Pulque, con la finalidad de difundir y dar reconocimiento al maguey por su importancia cultural (Secretaría de Cultura del Estado de Hidalgo, 2019), a pesar de los esfuerzos realizados no logró mantenerse y el recinto permanece cerrado actualmente.

En 2020 se buscaba integrar a Tepeapulco en un proyecto ecoturístico, la Secretaría de Turismo del Estado y la Dirección de Turismo trabajaron en conjunto, sin embargo, se detuvo debido a las condiciones sanitarias por la contingencia del SARS-COV2.

Para 2021 hubo una notable disminución en las actividades culturales que se realizaban con anterioridad como los eventos relacionados a la tradición por el Día de Muertos, pero se seguía incentivando la cultura, con pequeñas exhibiciones de artesanías hechas de cartón y toda celebración se realizó de manera virtual.

Como se ha mostrado existen iniciativas, proyectos, programas que han dado muestra de la importancia natural y cultural de Tepeapulco, sin embargo, no se ha mostrado la colaboración de los involucrados en el desarrollo del turismo: funcionarios de gobierno, prestadores de servicio, residentes interesados en la actividad turística y los visitantes, todos en el mismo nivel de importancia.

Metodología

Diseño metodológico para el estudio de caso

En este apartado se establecen las condiciones en las que se ha planteado y elaborado el estudio de caso, la selección de los sujetos de investigación, el diseño de los instrumentos utilizados para el levantamiento de información y la obtención de resultados. La investigación cualitativa permite reconceptualizar y desarrollar conceptos a partir de las pautas de datos obtenidos, sin buscar la comprobación (Taylor & Bogdan, 1987).

Giraldo-Prato (2011), se inclina hacia la opción de la metodología cualitativa al explicar que es adecuada cuando se trata de determinar la particularidad de un fenómeno social específico, con base en la información otorgada por sujetos que se desenvuelven en una realidad definida por características especiales. En este sentido, se han seleccionado sujetos de investigación en el entorno del Turismo de Tepeapulco.

De la misma manera, en este apartado se plantean las etapas en las que consistió el estudio, el momento de aplicación de los instrumentos, así como la selección de los sujetos de investigación, cada etapa entrelazada con la anterior y posterior, con la finalidad de reforzar la información encontrada en cada momento.

Etapas 1. Este primer momento está conformado por la búsqueda de información relacionada con las actividades realizadas en el municipio en torno al turismo y cómo se han manejado a través de las distintas plataformas, medios de comunicación, primarios, secundarios y terciarios. Se realizó un acercamiento previo a la zona.

Etapas 2. Se llevó a cabo la elección de sujetos de investigación, divididos en cuatro grupos: prestadores de servicio, miembros de la sociedad involucrados directamente con la actividad turística en el municipio, restauranteros, hoteleros y artesanos; el segundo grupo conformado por funcionarios de gobierno, específicamente personal que trabaja directamente en áreas como Dirección de Turismo, Dirección de Arte y Cultura, en el museo y la zona arqueológica; el tercer grupo, residentes del municipio, personas sin relación necesaria con el turismo y, finalmente; el grupo cuatro integrado por los visitantes.

Etapas 3. Acercamiento preliminar para el reconocimiento del área física y geográfica de investigación, así como las condiciones sociales que se encuentran en el objeto de estudio, la selección de sujetos cuya información fue de primera mano respecto de la situación actual del turismo y el modelo empleado para su ejecución en el municipio de Tepeapulco, dividida en dos momentos, para finalmente dar paso al análisis y los hallazgos de resultados.

El primer momento se ha destacado por llevar a cabo el registro de las Cédulas de Evaluación de Patrimonios y Actividades, Servicios e Infraestructura (CEPASI) y también, de las Guías de Observación de Patrimonios y Actividades, Servicios e Infraestructura (GOPASI).

El segundo momento se destacó por la elaboración de un guión de entrevista dirigida a los sujetos de investigación divididos en cuatro grupos: funcionarios de gobierno, residentes, visitantes y prestadores de servicio.

Resultados

Condiciones actuales y retos de Tepeapulco, Hidalgo, México.

El estudio del desarrollo turístico sostenible y la gobernanza solidaria se centra en entender las condiciones actuales en Tepeapulco y cómo se ha desenvuelto en el contexto local, regional y nacional. De acuerdo con las categorías de análisis de esta investigación se han realizado entrevistas a sujetos divididos en cuatro grupos, residentes, funcionarios de gobierno, prestadores de servicios y visitantes para obtener información relacionada con el desarrollo sostenible, la gobernanza, la solidaridad y finalmente, en relación con un modelo alternativo para el turismo en Tepeapulco. Se han mostrado los indicadores identificados en cada categoría, mismos que serán comparados con los resultados obtenidos en la investigación, a continuación.

Como puntos importantes a resaltar, se señala que dos de los atractivos se encuentran permanentemente cerrados, ambos por situaciones distintas. La Casa de Cortés se encuentra bajo custodia del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), anteriormente, eran las oficinas de la Dirección de Turismo del municipio y La antigua Plaza de Toros, si bien, cuenta con el respaldo de la Dirección de Turismo de Tepeapulco, las autoridades han decidido cerrarla temporalmente y solo abrirla en caso de ser sede de algún tipo de evento. Las razones para mantener cerrados dichos atractivos pueden ser varias, sin embargo, es necesario mostrar la incapacidad de cuidado y protección de los actuales encargados de la administración turística del municipio, ya que, al cerrar las puertas de atractivos históricos, provocan la falta de interés por parte de los visitantes que llegan al lugar con la esperanza de poder ver más que las fachadas del lugar.

La presente investigación y las tablas anteriores (1 y 2), permiten reconocer que diversos indicadores de las categorías constatan los datos empíricos. Sánchez (2020), señala que no es necesario emplear referencia alguna pues no solo representa la originalidad de la investigación, sino que las reglas para el informe ético protegen los datos confidenciales en aquellos que no quieren que se den a conocer sus nombres. En otras palabras, se debe evitar que el lector identifique la fuente de información. Por ello no se incluye tal notación. “Debido a que las citas de los participantes son parte de su investigación original, no es necesario incluirlas en la lista de referencia o usar el formato de citas de comunicaciones personales” (Sánchez, 2020, p.1)

Con base en las entrevistas realizadas a los sujetos de investigación, es posible mostrar cómo cada grupo de entrevistados interpretan el desarrollo sostenible del turismo, también, es posible mostrar la incidencia entre las respuestas obtenidas y los indicadores citados anteriormente, esto permite comprender más a fondo cuáles de estos grupos se ven

interesados en situaciones presentadas en la actividad turística dentro del municipio de Tepeapulco.

En la Figura 2 se puede interpretar de la siguiente manera: cada grupo es representado por un color, entre mayor sea el número de entrevistados, el color se verá más grande o pequeño, cualquiera sea el caso, en la barra que corresponde a ese grado de estudios.

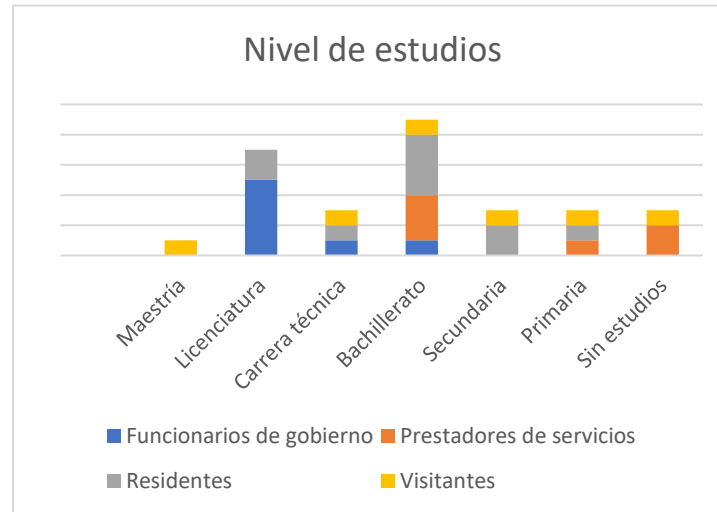


Figura 2. Nivel de estudios por grupos de informantes clave.
 Elaboración propia.

Los datos sociodemográficos obtenidos como la edad, el último grado y nivel de estudios de los residentes, funcionarios y prestadores de servicios ha permitido saber quiénes son las personas encargadas del primer contacto con los visitantes y el grado de estudios de la mayoría es el nivel básico.

El grupo de prestadores de servicio ocupa los niveles más bajos como se ha mostrado en la figura 2. Se ha notado que los visitantes no tienen un nivel de estudios definido, es viable pensar que la segmentación del destino no se ha hecho de la manera correcta a pesar de conocer las cualidades turísticas con las que cuenta y sus manifestaciones culturales.

En la Figura 3 muestra los indicadores más mencionados a lo largo de las entrevistas con las preguntas relacionadas al desarrollo sostenible, mostrando las problemáticas más importantes para cada grupo de sujetos. Para interpretar la Figura 3, los grupos en los que se han dividido a los sujetos de investigación se representan en cuatro colores diferentes, se observará cómo se mueven las barras en medida en que cada uno de los grupos han mencionado el indicador mostrado en la parte inferior de la figura y la importancia que le han dado a cada uno.

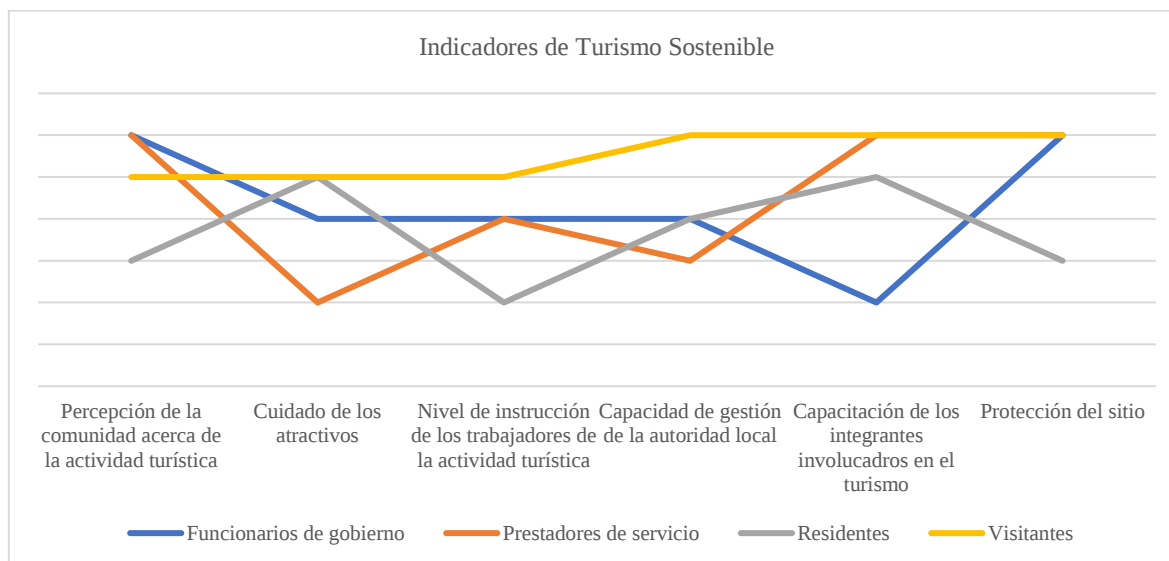


Figura 1. Indicadores de Turismo Sostenible. Elaboración propia.

Para los funcionarios de gobierno la problemática más importante se presenta en cuestiones de protección de los sitios de interés turístico, excluyéndose del problema. Pero, la percepción de la comunidad acerca de la actividad turística es más importante, aún más que el cuidado de los atractivos y la capacitación de los integrantes involucrados en el turismo del municipio.

Jesús, uno de los funcionarios entrevistados indicó: “Nos interesa contar con el apoyo de más instancias de gobierno para proteger nuestros atractivos turísticos, porque la mayoría se encuentran desprotegidas, no hay límites para los turistas y muchos de ellos no entienden la importancia de los monumentos”

La encargada de la Dirección de Turismo mencionó que: “Es importante que la comunidad acepte que lleguen los turistas a Tepeapulco porque eso les puede ayudar a crecer económicamente, más que nada a los comerciantes, pero es necesario que se capaciten para ofrecer buenos servicios y muchos no están de acuerdo en recibir capacitación”

Alejandro, como Amigo de Vigías del Patrimonio comentó: “Para nosotros es importante que haya más instancias protegiendo los atractivos porque cualquier día podemos acercarnos y mantener limpias las áreas”

En el caso de los prestadores de servicio se ha notado dos picos importantes en sus respuestas respecto de las problemáticas presentadas en el desarrollo sostenible, por un lado, la percepción de la comunidad acerca de la actividad turística y la capacitación de los integrantes involucrados en el turismo. Las respuestas representativas son las siguientes:

Alberto, como locatario y prestador de servicios indicó: “Creo que la comunidad en general debe ver al turismo como algo positivo para el municipio porque si no lo ve así no seríamos buenos anfitriones (...) si más gente viene nuestra economía puede crecer”

Eli explica la importancia de la calidad del servicio al cliente: “Creo que muchas veces los que residimos aquí no le damos importancia al turismo y como aquí es prácticamente un destino nuevo, no sabemos qué tan bueno o malo es el turismo, aunque yo como prestador de servicios me doy cuenta de que lo más importante es mi cliente y si es turista tengo que ofrecerle una atención mejor para que regrese”

Del grupo de servicios entrevistados, se obtuvo que menos del 50% se mostró interesado en el cuidado de los atractivos y el 1% hizo mención sobre la protección de los mismos, esto puede mostrar la falta de interés sobre el destino y mostrar más el interés económico de la actividad. En la tabla 1 pueden verse más indicadores que no han sido mencionados por los sujetos de investigación, pero no los hacen menos importantes, solo menos inmediatos. En la investigación se encontraron datos específicamente relacionados a la Laguna de Tecocomulco (ver *Figura 4*), a continuación, se muestran los grupos más interesados en el correcto mantenimiento y conservación de la Laguna.

La Figura 4 muestra los tres temas más importantes que han mencionado los sujetos de investigación con respecto de la Laguna de Tecocomulco: Conservación de la laguna, el correcto manejo de residuos y la instalación de servicios públicos, las barras muestran a qué grupo de entrevistados les han parecido temas relevantes y de trabajo inmediato.

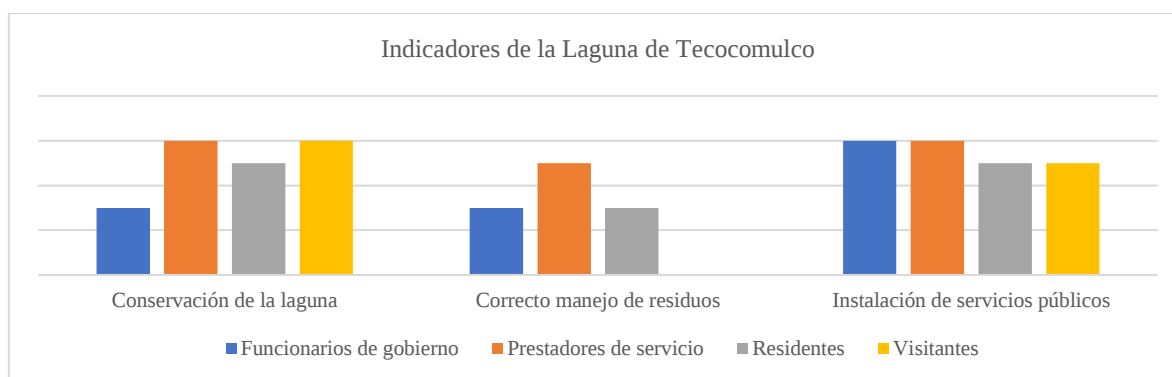


Figura 2. Indicadores en la Laguna de Tecocomulco. Elaboración propia.

Se pudo notar que los funcionarios de gobierno local no mostraron tanto interés como los prestadores de servicio en la conservación de la laguna, misma que ha presentado problemas como la invasión de lirio acuático (Montoya, 2020), sin embargo, se ha encontrado información sobre el proyecto “Restauración ecológica de la Laguna de Tecocomulco” (Control y manejo del Tule).

El Consejo de Ecología del Gobierno del Estado de Hidalgo, ha promovido el proyecto, éste comenzó en 2007 y se ampliaría hasta el 2020, sin embargo, el tule sigue creciendo y el lirio acuático se ha extendido, esto hace referencia a varios indicadores de protección del sitio; presión sobre el sitio; intensidad de uso; control de desarrollo; gestión de desechos; proceso de planificación; ecosistemas críticos, ya que en este destino se han encontrado 42 especies de aves acuáticas, 10 de ellas migratorias que inician su periodo de reproducción y crianza, además, de otras en peligro de extinción como el ajolote o la rana montezumae y otras más que se encuentran protegidas.

Con ayuda de las entrevistas fue posible entender la importancia que tiene para los prestadores de servicios, residentes y visitantes el realizar proyectos de conservación y mantenimiento de la Laguna, así como la instalación de servicios públicos mismos que repercuten en el indicador de la percepción de operadores turísticos locales y externos, esta localidad es considerada rural y se han encontrado rezagos importantes, tanto para los residentes como para los prestadores de servicios y los visitantes.

Las cuestiones sanitarias en el espacio de la Laguna de Tecocomulco se han visto comprometidas y, tanto el tule como el lirio acuático han logrado conquistar la mayor superficie posible. La encargada de la Dirección de Turismo aseveró: “Tenemos que enfrentar muchos retos sobre todo a raíz de la pandemia porque ya no tenemos tantos turistas como antes, ha bajado mucho”.

El representante de los lancheros de la laguna indicó: “El área de la laguna está marginado porque somos comunidades porque no somos un pueblo que tenga todas los servicios que tienen otros lugares como, digamos, un centro de salud una caseta de vigilancia, hacen falta esos detalles y podría enumerar algunos otros que por ejemplo, serían alumbrado, pavimentación, drenaje no tenemos, entonces sí son algunas deficiencias que el municipio no ha cubierto en estas zonas, porque somos zonas rurales, pero lo importante de esto es que aunque somos zonas rurales que no contamos con muchos servicios como los tienen Cd. Sahagún o Tepeapulco, somos generadores de empleos”.

“Para todo lo de los residuos el gobierno se debe hacer responsable, nosotros hemos trabajado por mantener la laguna pero sin el apoyo del gobierno es difícil”, mencionó el dueño de uno de los restaurantes del área de la laguna. La información en relación con la gobernanza (ver *Figura 4*) ha incidido en cuatro de los indicadores mostrados anteriormente en la tabla 2.

La Figura 4 sigue las mismas directrices de interpretación (de la Figura 2), los grupos en los que se han dividido a los sujetos de investigación se representan en cuatro colores diferentes, se observará movimiento en las barras a medida que cada uno de los grupos hacen

mención del indicador mostrado en la parte inferior de la figura y qué tan importante es para cada grupo comparado con los grupos restantes.

Lo que puede verse a continuación, es la claridad de los residentes al hablar de las situaciones relacionadas con el turismo, donde se les aclare en qué proyectos se han destinado los recursos y que haya una correcta rendición de cuentas, este es uno de los puntos que alcanzan un pico más alto, es decir, los cuatro grupos seleccionados han hecho las mismas observaciones sobre un tema tan importante como lo es la rendición de cuentas, sin embargo, las personas que tienen esa responsabilidad mostraron un menor número de comentarios en relación con este punto.

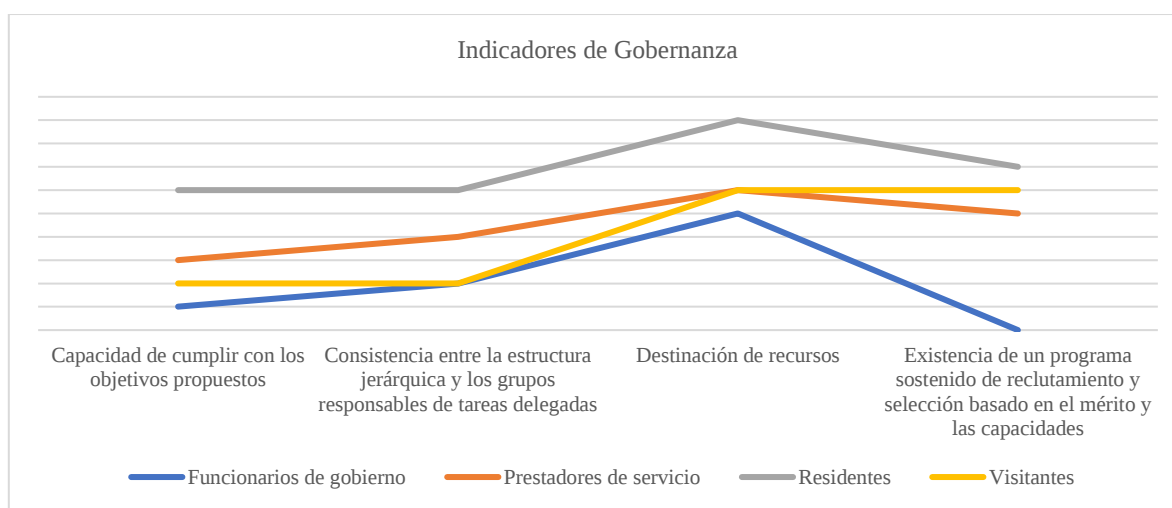


Figura 3. Indicadores de Gobernanza. Elaboración propia.

Respecto de los funcionarios de gobierno, se puede observar una caída importante (ver figura 4) en el indicador sobre la existencia de un programa sostenido de reclutamiento y selección basado en el mérito y las capacidades. En este sentido, se logró observar cómo varios de los funcionarios de gobierno que trabajan en el área de turismo son personas con estudios en otras ramas, lo que podría repercutir en las visibles carencias de aplicación y gestión de proyectos, además de mostrar una clara incapacidad de tomar decisiones por cuenta propia.

Claudio, como dueño de restaurante, expresó su interés en la creación de proyectos: “Cuando tenemos un proyecto en mente nos ponemos en contacto con la presidenta por medio de oficios, después vamos a cabildo para exponer el proyecto, entonces la presidenta analiza la viabilidad del proyecto, ella obviamente y su equipo, ellos son los que aceptan o rechazan las propuestas”.

El subdirector de la Dirección de Turismo explicó: “yo no soy licenciado en turismo, pero me mandaron para acá y pues hay que trabajar(...) a nosotros nos eligen por política, todo es política”.

De acuerdo con las guías de observación y las respuestas obtenidas a través de los sujetos de investigación se lograron detectar algunas inquietudes sobre los temas de solidaridad en el turismo de Tepeapulco, siendo siete los indicadores más relevantes para los objetivos de esta investigación, la importancia de contar con servicios de salud en áreas rústicas permite generar un espacio que puede ser visitado con confianza, residentes, prestadores de servicios y visitantes son los más interesados de que se establezcan lugares destinados a la salud y posibles emergencias, específicamente en lugares como la Laguna de Tecocomulco y la Zona Arqueológica de Xihuingo.

La Figura 5 muestra los indicadores sobre solidaridad más mencionados en las entrevistas, cada barra muestra los colores que representan a los grupos en los que se dividieron los sujetos de investigación y el tamaño del color da muestra de la importancia de cada uno de los grupos, por ejemplo, los servicios de salud disponibles en Tepeapulco, Hidalgo, son importantes y mencionados por tres de los grupos de entrevistados, en este sentido se puede inferir que, al menos los funcionarios entrevistados no están interesados en los servicios de salud para el desarrollo del turismo, como estarían interesados en la seguridad del municipio para el mismo fin, el desarrollo del turismo del municipio.

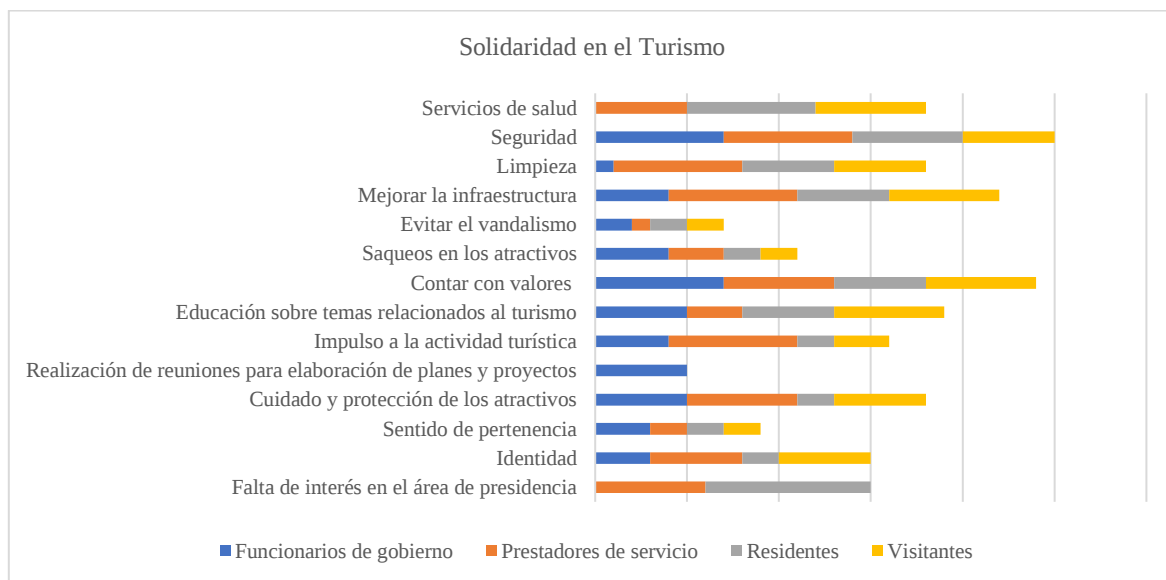


Figura 4. Solidaridad en el Turismo. Elaboración propia.

Los prestadores de servicios han hecho hincapié en la importancia de tener espacios limpios y cuidados, sin embargo, se han podido detectar espacios públicos con fachadas



vandalizadas, sucios, con poca o nula protección y cuidado, además de espacios históricos importantes cerrados.

De los prestadores de servicios entrevistados se pudo observar que mencionaron la importancia de darle impulso al turismo a través de las redes sociales, el cuidado y protección de los atractivos y el fomento a las actividades socioculturales.

Fue posible observar la inconformidad de algunos prestadores de servicios respecto de la administración actual del turismo en Tepeapulco.

Juan, otro propietario del área restaurantera de la laguna expresó: “Tenemos un turismo muy pobre. Creo que el gobierno local no ha sabido explotar como debiera de ser”

Eli, mostró el interés en los datos históricos más relevantes de Tepeapulco: “Se le hace llamar Cuna de la Antropología y, sin embargo, los habitantes no lo saben, si a diez personas les preguntaras creo que una te sabría decir por qué se le llama así”

Alberto como artesano mostró su rechazo a las condiciones en que se desenvuelven los funcionarios como principales impulsores del desarrollo turístico: “No hay un acercamiento de lo que hace el municipio hacia todos los comercios, he visto que hacen actividades como con algunos, pero ya sabes cómo son conocidos, compadres entonces es siempre así: los mismos hoteles, los mismos restaurantes, los mismos comercios, porque al final de cuentas son las amistades (...) sí es molesto pues porque uno quiere progresar y así no es posible”.

Se ha podido observar que el compadrazgo sigue siendo una conducta que favorece a los mismos grupos sociales, permeando las posibilidades de crecer y desarrollarse a otros prestadores de servicios, profesionistas y residentes interesados en colaborar activamente en el desarrollo turístico del municipio.

Se pudo observar la reiterada serie de comentarios por parte de los prestadores de servicios y residentes sobre la falta de interés en el área de presidencia sobre los temas que podrían beneficiar al turismo. Fernando, un residente entrevistado mencionó que: “A la presidenta le gusta posar para las cámaras, pero no se ha puesto a trabajar en el turismo”.

David, quien ha vivido por más de 20 años en Tepeapulco indicó que a pesar de las noticias que hablan del impulso al turismo, “No se ha visto mucho del trabajo de la presidenta porque hemos estado muy inconformes, pero solo aparece en las noticias que tiene pláticas para impulsar el turismo y solo empezaron a trabajar en la Laguna”. Said, nieto del primer custodio de la Zona Arqueológica del Xihuingo planteó lo siguiente: “Creo que el área de turismo no se interesa porque no sabe mucho y solo hacen lo que la presidenta dice”.

Para el caso de la identidad y el sentido de pertenencia se ha logrado captar a Tepeapulco como un sitio de interés con creciente demanda, para los visitantes es importante que la sociedad local muestre respeto hacia los rasgos que los diferencian del resto de los destinos culturales y han mostrado interés en la interpretación personal de los residentes, funcionarios y prestadores de servicios, que permiten imprimir el valor de cada una de las manifestaciones culturales del municipio.

Si bien se han mostrado puntos de vista de los informantes, ellos se han percatado de la misma situación, “el turismo en Tepeapulco se encuentra agonizando”, como lo menciona el residente Fernando. Es decir, sin haber llegado a un posicionamiento *per se*, de acuerdo con los informantes Tepeapulco se encuentra en un mal momento para el desarrollo del turismo y es necesario tomar medidas al respecto para incrementar su calidad y promover estrategias para su reimpulso y correcto desarrollo.

Hacia una visión crítica del desarrollo turístico en México basado en la gobernanza turística solidaria.

Entender la importancia de la colaboración entre los funcionarios del gobierno, la sociedad civil, los prestadores de servicios y visitantes para visualizar el camino más eficiente y lograr el desarrollo turístico a través de la implementación de un modelo de gobernanza turística solidaria permitirá deconstruir esquemas tradicionales en los que el turismo se ha visto frenado.

Continuando con esa idea, se ha planteado un modelo cíclico y transversal para el desarrollo turístico sustentable (ver ilustración 1), en el que las expectativas sectoriales del turismo se articulen con las condiciones de las políticas públicas de manera transversal con la situación económica, social, cultural y de gobierno en el municipio, a fin de gestar redes de cooperación entre los grupos involucrados, generar estrategias de comercialización del destino y, formular proyectos de rescate natural y cultural de Tepeapulco, por poner algunos ejemplos.

Este modelo permitiría el manejo integral de desarrollo sustentable del turismo, logrando un trabajo coordinado, como herramienta de gobernanza solidaria, es una propuesta que permite la evolución y desarrollo de la actividad turística en un escenario actual y futuro, en el que la participación del gobierno, los prestadores de servicios, residentes y los visitantes se involucren a través de acciones transversales que permitan trabajar de manera conjunta con los organismos gubernamentales, no gubernamentales y asociaciones civiles, nacionales e internacionales en los diferentes niveles local, regional, nacional y también, internacional para fortalecer el turismo.

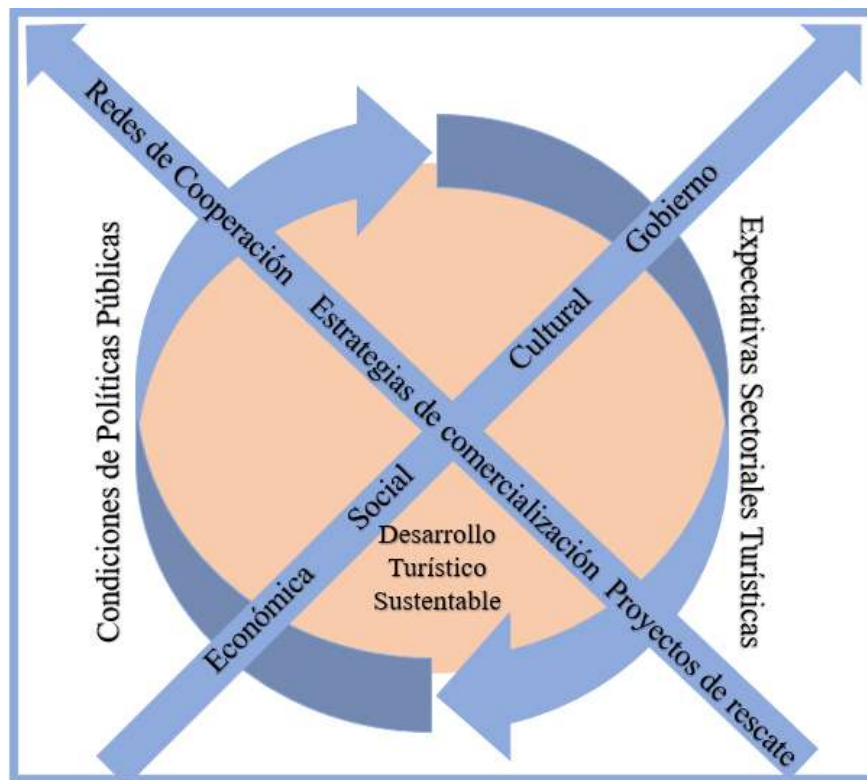


Figura 7. Modelo Alternativo de Desarrollo Turístico Sustentable. Fuente: Elaboración propia.

Las políticas públicas en torno al turismo deben incidir en la correcta planeación del destino, entender las problemáticas y visualizar las posibles soluciones; este modelo permite eliminar las herramientas obsoletas y replantear la transversalidad desde el punto de vista más adecuado, es decir, descartar las visiones tradicionalistas y construir analíticamente una serie de estrategias, planes y proyectos con ayuda de los expertos en temas relacionados con el desarrollo adecuado del destino.

El propósito de este modelo alternativo permitiría ser incisivos y críticos, de nuevas posibilidades que permitan fomentar el desarrollo endógeno, emprendimientos sociales, participación de la población y mayor disfrute del patrimonio por parte de los visitantes, así mismo ayudaría terminantemente a resolver las problemáticas sociales, económicas y culturales con el fin de lograr la gobernanza turística solidaria, en el que todos los involucrados se vean beneficiados y se logren los objetivos planteados en los diferentes niveles de gobierno.

Conclusiones

Desde 1920, y hasta la actualidad, en México se han desarrollado modelos de turismo tradicionales, si bien, se han implementado mejoras, también se ha caído en lo convencional

del manejo promocional y del mercadeo turístico, careciendo y no se han realizado propuestas en torno al desarrollo del turismo sustentable con base en la gobernanza solidaria. Particularmente, en Tepeapulco, Hidalgo, aunque posee una riqueza arqueológica, patrimonial y turística que data desde los estudios realizados por Matos Moctezuma, hacia la década de 1970 (Matos-Moctezuma, 2022), sus planes de desarrollo en ese renglón han seguido un patrón convencional. Por ello, es importante reconocer el alcance de los modelos de desarrollo turístico para, posteriormente, realizar diseños de planificación participativa o transversal, que no son objeto de investigación.

Aunque se han encontrado diversos problemas en diferentes sectores de Tepeapulco, Hidalgo, como en el económico, social, cultural o político, se pudo reconocer que el turismo es un sector muy importante que no es ajeno a aquellos, por lo que fue necesario obtener una visión amplia de la situación actual de Tepeapulco, un municipio con vocación turística.

Entre los principales problemas está el diseño de políticas públicas que ayuden a fortalecer el turismo en momentos de crisis, como el pcausado por el virus SARS-COV2 que ha llegado a demostrar la necesaria implementación de nuevos modelos que permitan actuar de forma inmediata y en conjunto con diversas instancias a fin de evitar o minimizar los daños, tanto como sea posible.

Los indicadores han demostrado cuan importantes son para el desarrollo e implementación de estrategias nuevas -en los destinos que buscan posicionarse, mantenerse o crecer en el mercado turístico-, una concepción crítica alternativa como la presentada en este documento que no valida la tendencia convencional de las políticas y acciones realizadas hasta el momento, sino que introduce argumentos reflexivos para pensar en la planificación de nuevos modelos, formas de interacción entre los diversos actores, apoyos y compromisos corresponsablemente asumidos, entre otros, que pueden dar lugar a nuevas investigaciones y propuestas en esos temas.

Se han encontrado conflictos de interés entre los grupos sociales que se desenvuelven en el turismo dentro del municipio de Tepeapulco, Hidalgo, mostrando inconformidades, carencias y conflictos que perjudican la actividad turística de la cual tienen vocación. Bajo nuevos modelos como el propuesto en este trabajo.

Se ha formulado la propuesta de un modelo alternativo para el desarrollo sustentable con base en la gobernanza turística solidaria, mediante la visión crítica que aluden a un cambio de procesos de gobernanza, una nueva orientación en el diseño de políticas de corte transversal y convergente a los problemas detectados y con la participación de instancias y actores clave para impulsar nuevas prácticas y aprovechamientos de la actividad turística, entre otros, con base en el análisis de la problemática del turismo en Tepeapulco, Hidalgo.

Referencias

- Acuña-Medina, D., Gañán-Rojo, P., & Arango-Alzate, S. (2019). Etnoturismo: Una aproximación a las oportunidades y amenazas que implica para las culturas indígenas. Cuadernos de Turismo, 17-38.
- Amengual, G. (1993). La solidaridad como alternativa. Notas sobre el concepto de solidaridad. RIFP, 131-151.
- Bauzá-Martorell, F. (septiembre-diciembre de 2020). Políticas públicas de turismo sostenible: Perspectiva Hispano Brasileña. Veredas do Direito, Belo Horizonte, 17(39), 11-38.
- Benavides, G. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. Elsevier, 66-73.
- Blanco, M., & Riveros, H. (2011). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. Estudios agrarios, 117-125.
- Bustos-Flores, C., & Chacón-Parra, G. (2009). El desarrollo sostenible y la agenda 21. Telos, 164-181.
- Camacho-Ruiz, E., Carrillo-Reyes, A., Rioja-Paradela, T., & Espinoza-Medina, E. (enero-junio de 2016). Indicadores de sostenibilidad para el ecoturismo en México: estado actual. LiminaR Estudios Sociales y Humanísticos, XIV(1), 156-168.
- Camacho-Ruiz, E., Carrillo-Reyes, A., Rioja-Paradela, T., & Espinoza-Medinilla, E. (2016). Indicadores de sostenibilidad para el ecoturismo en México: Estado Actual. Revista LuminaR. Estudios Sociales y Humanísticos, XIV(1), 156-168. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/liminar/v14n1/v14n1a11.pdf>
- Castello, V. (junio de 2020). Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. Cuadernos de Política Exterior Argentina, 115-118.
- Castilla, C. (1992). Economía Ecoógica: El caso de las Irreversibilidades. Información Comercial Española, 69-78.
- Castro, U. (2007). El turismo como política central de desarrollo y sus repercusiones en el ámbito local: algunas consideraciones referentes al desarrollo de enclaves turísticos de México. TuryDes, I(1).
- Cerrillo, A. (2005). La Gobernanza hoy. 10 Textos de referencia. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.

- CONACULTA. (julio de 2015). Se acreditan 29 jóvenes de Tepeapulco, Hidalgo como Vigías del Patrimonio Cultural. Obtenido de Cultura: https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/vigias_anterior/noticias/cierre_tepeapulco.html
- Francois, R. (octubre de 2008). El índice de gobernanza mundial. ¿Por qué y para qué evaluar la gobernanza mundial? Foro para una nueva Gobernanza Mundial.
- Giraldo-Prato, M. (2011). Abordaje de la Investigación Cualitativa a través de la Teoría Fundamentada en los Datos. Actualidad y Nuevas Tendencias, 70-86.
- González-Herrera, M., & Iglesias-Montero, G. (2009). Impactos del turismo sobre los procesos de Cohesión Social Caibarién, Cuba. Estudios y Perspectivas en Turismo, 18, 53-68.
- Guerrero- Rodríguez, R. (2010). Ecoturismo Mexicano: la promesa, la realidad y el futuro. Un análisis situacional mediante estudios de caso. Periplo sustentable, 37-67.
- Guerrero-Millán, M., Villagómez-Méndez, J., & Herrera-Miranda, M. (2021). Sistema de indicadores para la gestión del turismo sostenible en el destino turístico de Acapulco, Guerrero, (México). Teoría y Praxis, 2(16), 63-87.
- Guerrero-Rodríguez, R. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en Méxicio. PASOS, 13(5), 1019-1036. Obtenido de http://www.pasosonline.org/Publicados/13515/PS515_03.pdf
- Hermida-Salas, A. (2009). Chamanismo y Etnoturismo. La venta de rituales de ayahuasca y la compra de sentidos en el alto Napo. Cuadernos de Investigación, 49-73.
- Herrero, M. (2003). Turismo Solidario. Marco de aproximación. Turismo Solidario. Marco de aproximación. España.
- Husata, R. (Septiembre-diciembre de 2014). Conceptualización del término Gobernanza y su vinculación con la Administración pública. ENCRUCIJADA, 1-18.
- Ibañez, R., & Angeles, M. (2012). Indicadores de sustentabilidad turística en México. En A. Ivanova, & R. Ibañez, Medio ambiente y política turística en México (pág. 155). Ciudad de México: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- INAH. (5 de julio de 2015). INAH. Obtenido de INAH: <https://www.inah.gob.mx/boletines/495-inscribe-la-unesco-al-acueducto-del-padre-tembleque-en-la-lista-del-patrimonio-mundial#:~:text=El%20Acueducto%20del%20Padre%20Temblque,Patrimonio%20Mundial%20de%20la%20UNESCO>.

- Lalangui, J., Espinoza-Carrión, C., & Pérez-Espinoza, M. (2017). Turismo Sostenible. Un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 148-153.
- Leyva-Fernández, L., Díaz-Pompa, F., & Ortiz-Pérez, O. (2017). Políticas públicas para el turismo sostenible en Holguín (Cuba) y Puebla (México). Una comparación de estudios de caso. *Retos*.
- López-Guzman, T. (2007). Turismo solidario. Una perspectiva desde la Unión Europea. *Gestión Turística*, 8, 85-104.
- López-Pardo, G., & Palomino-Villavicencio, B. (2008). Políticas públicas y ecoturismo en comunidades indígenas de México. *Teoría y Praxis*, 33-50.
- Matos-Moctezuma, E. (1 de noviembre de 2022). El arqueólogo de un país que es un solo sitio arqueológico. (E. Huchin-Sosa, Entrevistador)
- Moënné, K. (2010). El concepto de la solidaridad. *Revista Chilena de Radiología*, 51.
- Monroy, M. (21 de mayo de 2017). Los inicios del Turismo en Tepeapulco. (K. Cervantes-Martínez, Entrevistador)
- Montoya, J. (1 de abril de 2020). Invasión de lirio acuático podría secar laguna de Tecocomulco, alertan. Invasión de lirio acuático podría secar laguna de Tecocomulco, alertan. Obtenido de <https://www.jornada.com.mx/ultimas/estados/2020/04/01/invasion-de-lirio-acuatico-podria-secar-laguna-de-tecocomulco-alertan-5955.html>
- Moragas-Segura, N. (2010). De los corredores turísticos a los itinerarios culturales: la región de Tepeapulco como modelo. En M. Morales-Damián, *Tepeapulco, región en perspectiva*. (págs. 277-292). Hidalgo: Plaza y Valdes.
- Organización Mundial del Turismo. (2005). Presentación de la Guía de indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía de Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Madrid, España.
- Organización Mundial del Turismo. (2015). Desarrollo Sostenible. Obtenido de Desarrollo Sostenible: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Orgaz-Agüera, F. (2014). Los impactos económicos, sociales y medioambientales negativos en el ecoturismo: una revisión de la literatura. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 42(2).
- Oviedo--Puente, C., Rivas-Tovar, L., & Trujillo-Flores, M. (2009). Modelos de turismo y políticas públicas de 1970 a 2003 en México. *Investigación Administrativa*.

- Pichardo, I. (2015). El guardian del Valle, hacia la sustentabilidad del nevado de Toluca. Toluca: FOEM.
- Raúl-Hernández, M. (2004). Impacto económico del turismo. El papel de las importaciones como fugas del modelo. ICE Revista de Economía, 23-34.
- Rhodes, R. (2005). La nueva gobernanza: gobernanr sin gobierno. En A. Cerrillo, La Gobernanza hoy: 10 textos de referencia (pág. 262). Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.
- Rivas-García, J., & Magadán-Díaz, M. (2007). Los Indicadores de Sostenibilidad en el Turismo. Revista de economía, sociedad turismo y medio ambiente(6), 26-61.
- Rivera-García, J., & Pastor-Ruíz, R. (2020). ¿Hacia un turismo más sostenible tras el covid-19? Percepción de las agencias de viajes españolas. Grand Tour: Revista de Investigaciones Turísticas, 206-229.
- Rodríguez-Alonso, G. (2019). El agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. Centro Agrícola, 62-65.
- Sancho, A. (2007). Turismo y Desarrollo. Ponencia en las Jornadas Internacionales de Turismo Justo: Un reto para el desarrollo. Universidad de Valencia.
- Sayadi, S., & Calatrava, J. (2001). Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español. Cuadernos de Turismo, 131-157.
- Secretaria de Cultura. (21 de octubre de 2015). Secretaria de Cultura. Obtenido de Secretaria de Cultura: [https://www.gob.mx/cultura/prensa/los-codices-de-fray-bernardino-de-sahagun-quedaron-inscritos-como-memoria-del-mundo-por-la-unesco#:~:text=La%20obra%20de%20fray%20Bernardino,y%20la%20Cultura%20\(UNESCO\).](https://www.gob.mx/cultura/prensa/los-codices-de-fray-bernardino-de-sahagun-quedaron-inscritos-como-memoria-del-mundo-por-la-unesco#:~:text=La%20obra%20de%20fray%20Bernardino,y%20la%20Cultura%20(UNESCO).)
- Secretaría de Cultura del Estado de Hidalgo. (2019). Hidalgo.gob.mx. Obtenido de Hidalgo.gob.mx: <http://cultura.hidalgo.gob.mx/infraestructura/comunitario-museo-de-maguey-y-el-pulque/>
- Secretaría de Turismo. (2001). Programa Nacional de Turismo 2001-2006. México.: Secreteria de Turismo.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona: Paidós.
- Tinoco, O. (agosto de 2003). Los impactos del turismo en el Perú. Industrial Data, 6(1), 47-60.

- Torres, A. (2008). Los sistemas de indicadores: instrumentos para la medición y gestión de la sostenibilidad turística en España. Nuevo turismo, competitividad territorial y desarrollo sustentable: análisis y evaluación del proceso de intensificación y extensión espacial del turismo en Cataluña interior. Barcelona, Espara.
- Villacis-Salas, N. (2019). Impactos sociales que genera el turismo en la población local de San Antonio de Pichincha, 2018. Impactos sociales que genera el turismo en la población local de San Antonio de Pichincha, 2018. Quito, Quito, Ecuador: Quito: UCE.
- Wearing, S. (2001). Volunteer Tourism: Experiences that make a difference. CABI Publishing.
- Wittingham, M. (2010). ¿Qué es la gobernanza y para qué sirve? Análisi Internacional, 219-235.
- Zamora, K., & Cornejo, J. (2020). Limitaciones de los actuales indicadores de gobernanza para medir la calidad institucional en una zona metropolitana con vocación turística. CIMEXUS, XV(1), 153-173.



**Killing the Discipline: Problems and limitations on
impact factor, prestige, and bibliometric studies in
tourism research**

**Matando la disciplina: Problemas y limitaciones del
factor de impacto, el prestigio y los estudios
bibliométricos en la investigación turística¹**

Maximiliano E. Korstanje

<https://orcid.org/0000-0002-5149-1669>

mkorst@palermo.edu²

University of Palermo, Argentina
University of Leeds, UK

¹ Nota de investigación. Manuscrito recibido el 18 de agosto del 2022, y aceptado tras revisión editorial el 11 de noviembre del 2022. Turismo, desarrollo y buen vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística- RICIT. no. 16 (2022) Publicación anual. ISSN: 1390-6305 ISSN-e: 2588-0861

² Profesor investigador. Universidad de Palermo y University of Leeds.

Abstract

Over the decades, epistemologists and theorists of tourism have devoted considerable efforts in laying the foundations towards the discipline maturation. This so-called maturation would take the lead when tourism situated not only as a solid object of study, but also professional publications reach a the scientific rigorism. The number of publications in the tourism fields has certainly been triplicated in the recent years, but today tourism has many barriers to become in a consolidated option. This happens because of many reasons. One of them associated to the problem of impact factor, the invention of academic prestige and the bibliometric studies. We, in this short note of research, explore the impossibilities, limitations and problems of the current tourism research which remains culturally embraced to impact factor logic. To put things in bluntly, the current obsession for impact factor in the academy is gradually leading the discipline into an unparalleled crisis.

Key words: tourism research, investigation, higher education, impact factor.

Resumen

A lo largo de las décadas, los epistemólogos y teóricos del turismo han dedicado considerables esfuerzos a sentar las bases para la maduración de la disciplina. Esta llamada maduración tomaría la delantera cuando el turismo se situará no solo como un sólido objeto de estudio, sino que las publicaciones profesionales alcanzaran el rigor científico. El número de publicaciones en el ámbito turístico se ha triplicado ciertamente en los últimos años, pero hoy el turismo tiene muchas barreras para convertirse en una opción consolidada. Esto ocurre por muchas razones. Uno de ellos asociado al problema del factor de impacto, la invención del prestigio académico y los estudios bibliométricos. Nosotros, en esta breve nota de investigación, exploramos las imposibilidades, limitaciones y problemas de la investigación turística actual que permanece culturalmente abrazada a la lógica del factor de impacto. Para decirlo sin rodeos, la actual obsesión por el factor de impacto en la academia está llevando poco a poco a la disciplina a una crisis sin parangón.

Palabras clave: investigación turística, investigación, educación superior, factor de impacto.

It is noteworthy that the bibliometric studies have been multiplied over recent years in the constellations of tourism and hospitality. For some reason, which is hard to precise here, the mania for these studies was practically palpable just after the 2000s (Barrios et

al 2008). These works mainly focus on the different positions of authors according to two key variables, the number of publications most of them located in top-tiered or leading journals, and the number of citations expressed in the I-10 and Hirsch indexes (Law et al 2009; Gursoy & Sandstrom, 2016). Particularly, H-index measures the correlations between citations and the number of publications while creating a hierarchy of scholars worldwide (McKercher 2007; Sheldon, 1991).

The utility of bibliometric studies has been unquestionable. On one hand, it allows the understanding of the networks of scholars as well as the trending topics. On another, it consolidates the emergence of new discussions revolving around the future of the tourism industry (Evren & Kozak, 2014). Echoing Jafar Jafari, the scientification [maturation] of tourism research depends not only on the number of publications but also on the calibration of reliable resources to obtain mix-balanced conclusions (Jafari 2005).

From Jafari onwards, scholars strongly believed that the maturation of the disciplined depended upon the number and impacts of publications in the fields of tourism and other disciplines. For more than four decades, tourism-related studies strived for situating tourism as a serious discipline (Xiao & Smith, 2006; Wardle & Buckley, 2014; Butler 2015). Henceforth, the culture of metrics has occupied a central position in the configuration of tourism epistemology since its onset (Beckendorff & Zehrer 2013). Having said this, some critical voices have alerted not only on the problems revolving around the culture of publishing or perishing but also on the epistemological discrepancies left by the culture of metrics (Korstanje 2021; 2023).

One of the pioneering scholars who claimed the problems of tourism research was doubtless Michael C. Hall. To wit, he argues convincingly that bibliometric analysis often emphasizes the importance of publishing or citation factors excluding other hybridized methods. At the same time, bibliometric analysis is mainly marked by an institutional and policy vacuum dominated by private organization evaluations. To some extent, those protocols orchestrated to evaluate professors' performance, which is strictly based on productivity, simply overlook the quality factor.

The problem with quantitative methods lies in the lack of what experts dubbed the descriptive factor. Instead of measuring, description helps to shed light on the current understanding of tourism future. To put simply, the correlation between two variables [mainly measured by the employment of quantitative methods] does not explain the causality of events. Of course, as Hall adheres, these types of evaluations correspond with the obsession for gaining further funding and the monopoly of financial resources in tourism higher education.

Per his viewpoint, there is a momentum in the discipline [following the current reasoning] where a paper situated in a highly ranked journal has more impact or importance as a source of measurement than its genuine contribution to the specialized literature (Hall 2011). In addition, Graham Dann called attention to the control of the Anglophone world

in knowledge production as well as peer-review processes in leading tourism journals (Dann 2011). In consonance with this, John Tribe exerts a caustic critique of what he calls “the indiscipline of tourism”. As Tribe eloquently observes, the burgeoning growth of publications over recent years has not had a direct impact on the consolidation of tourism research. What is more important, tourism research not only faces a crisis of sense but also a great dispersion because of the lack of a shared agenda in the academic tribes (Tribe 1997; 2010).

As the previous critical argument is given, a mix-balanced discussion is at least needed. The bibliometric culture has strengths and weaknesses. Among the strengths, the bibliometric analysis allows the rapid identification of those factors or topics the academic tribe is investigating. Besides, it recreates the conditions of dialogue [to resolve the problems of the industry in the years to come] as well as cooperation toward multidisciplinary research (Koseoglu et al 2016). In the next lines, we shall identify [if not scrutinize] the weaknesses behind bibliometric-based studies.

At a closer look, there is a dichotomy given by the H-index as a key factor impact evaluation. H-index never reflects the real contribution of the author to the field [or the paper quality], but only the interplay between the number of publications and the impact factor. For the sake of clarity let's put a concrete example, with only for papers published in his life, Albert Einstein would have a low H- index. This reminds us that some of the most recognized scholars who had earned international awards globally seem not to be the most cited ones. Furthermore, being cited does not mean that the paper has a direct contribution to the discipline. Most citations are critiques of methodological problems. Some disciplines [like mobilities theories, anthropology, or cultural studies] are less prone to productivity and citation factors than marketing or management.

This behooves us to consider the fact that the citation impact varies on culture, language, and of course discipline. Under some conditions, impact factors recreate a hierarchy of authors -most of them English native speakers- that serve as real gatekeepers [simply because they are part of leading journals] of the produced knowledge. Scholars are simply cited as emulating fashionable behavior instead of their contribution to the field. It is not simplistic to say that “being cited” does not depend on self-performance. It is a question of trust [where the attention of colleagues is captivated], publicity, and successful strategies in placing the papers in the appropriate journals. Here, four additional problem surfaces: the role of reviewers is not paid.

Although some journals have implemented rewards programs for reviewers to resolve this problem, no less true is that some reviewers condition their approval to a situation of dependency. Authors are pressed to cite reviewers` works or simply to papers previously published by the intended journal. In this way, journals have more possibilities to promote further positions in the impact factor list. It is important to mention that quantitative

methods are often prioritized over qualitative forms of evaluation, as Hall ultimately lamented.

Another point of discussion in this entry is the database selection process. This includes the sampling process where some important journals are excluded from the analysis. Albeit some books and book chapters are highly cited, they are not selected in the bibliometric studies. The opposite is equally true, some indexes or databases [like Scopus or WOS] are highly preferred by authors excluding other larger ones [like google scholar]. Returning to Hall's assumption, if we start from the premise that the citation factor does not mean a higher paper quality, this begs the question: why Scimago or WOS are more important than other databases in the sampling process? These indexes only represent a small portion of the academic tribe.

The act of selecting the publications placed in the top-tiered journals has an additional limitation. Significant material such as books, book chapters, or doctoral theses, which certainly obtain higher citations, are systematically ignored. Scholars more cited in Scopus probably are not the most cited in other sources or databases [i.e., google scholar]. What seems to be more important to discuss, bibliometric culture reaffirms the hegemony of the greatest editorial corporations while cementing the logic of pay-for-journals. As a result of this, institutional or university presses or classic journals are in decline, or simply incorporated into the leading worldwide publishers. Pay-for-journals keep restricted access to published material to a global audience.

Some scholars in developing countries have serious restrictions to access this material though they paradoxically are pressed by their institutions to publish in leading journals. In consequence, the proposed manuscript has two fatal problems, the literature is far from being updated, and the topic is far from being original. It is safe to say that the current bibliometric culture, which holds the glue on some asymmetries between Global South and North, not only harms the discipline but also entraps academicians into an ivory tower and a climate of extreme competition. In parallel, some low-skill fieldworkers are debarred into a peripheral position in the global academic hierarchy. Some institutional pressures lead low-resource academicians to access predatory journals which charge them back for publishing.

Let's explain that predatory journals are defined as fraudulent or deceptive pseudo-journals that often violate scientific practices. In most cases, these journals manipulate the author's desperation [promising faster publications] charging them back excessive fees while in others the peer review process is poor and inadequate. The rise and popularity of these journals explain on basis of two combined factors. Universities exerted considerable pressure on their professors to publish their works in accredited journals. At the same time, universities are frequently evaluated according to the number of publications of their researchers. More ranked the university, more financial resources, and students. This leads some scholars to criticize the culture of publishing or

perishing as the cornerstone of the commoditization of higher education (Van Raan 2005).

Furthermore, the restricted access to the published material put universities between the wall and the deep blue sea. Universities should pay significant fees to publishers for sharing with students the material their professors ultimately publish. Universities double pay the researchers' wages, and the access royalties. Therefore, important universities like Cambridge, Oxford, and Chicago recently called on their researchers not to publish works in WOS and Scopus [in a type of unparalleled boycott]. As an initiative, leading publishers implemented a new policy of open access [billing to authors for the fees] but paradoxically these fees are sometimes out of the possibilities of researchers.

It is important not to lose sight of the fact that the bibliometric culture has a direct impact on the higher education system. Some universities impose strict rules and procedures, which include the publication of two or three papers in top-tiered journals annually so that academicians keep their tenure. Plausibly, this creates a vicious circle where professional fieldworkers leave their classrooms in the hands of amateur [low-paid] professors. One of the most palpable consequences associated with the fact that pre- or post-graduate students have countless methodological limitations to finalize their theses. No less true seems to be that the urgency for publishing put authors in a dilemma: writing exclusively on the topic of the moment or finding some innovative unexplored themes.

In the few months that marked the Post COVID-19 context, it is estimated more than 250.00 items are found on google scholar. This happens simply because scholars are not motivated by their object of study [or main scope] but rather by the higher journal impact factor estimated for their publications. Here a new point emerges: Is this the precondition towards the expansion of the discipline or its final ruin? Last but not least, this literary piece is far from being an empirical note of research in the strict sense of the word [as I am accustomed to writing] but it lays the foundations for embracing new methods in the evaluation, not to the future of tourism research in the future.

References

- Barrios, M., Borrego, A., Vilagínés, A., Ollé, C., & Somoza, M. (2008). A bibliometric study of psychological research on tourism. *Scientometrics*, 77(3), 453-467.
- Benckendorff, P., & Zehrer, A. (2013). A network analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 43, 121-149.
- Butler, R. (2015). The evolution of tourism and tourism research. *Tourism Recreation Research*, 40(1), 16-27.
- Dann, G. M. (2011). Anglophone hegemony in tourism studies today. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 1(1), 1-30.

- Evren, S., & Kozak, N. (2014). Bibliometric analysis of tourism and hospitality related articles published in Turkey. *Anatolia*, 25(1), 61-80.
- Gursoy, D., & Sandstrom, J. K. (2016). An updated ranking of hospitality and tourism journals. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 40(1), 3-18.
- Hall, C. M. (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management*, 32(1), 16-27.
- Korstanje, M. E. (2021). The decline of book reviews in tourism. *Published online: 15 February 2021 Free full-text access available at: www.jthsm.gr*, 76.
- Korstanje, M. E. (2022). Tourism imagination: a new epistemological debate. *Current Issues in Tourism*, 1-13.
- Koseoglu, M. A., Rahimi, R., Okumus, F., & Liu, J. (2016). Bibliometric studies in tourism. *Annals of tourism research*, 61, 180-198.
- McKercher, B. (2007). A study of prolific authors in 25 tourism and hospitality journals. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 19(2), 23-30.
- Law, R., Ye, Q., Chen, W., & Leung, R. (2009). An analysis of the most influential articles published in tourism journals from 2000 to 2007: A Google Scholar approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(7), 735-746.
- Sheldon, P. J. (1991). An authorship analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 18(3), 473-484.
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of tourism research*, 24(3), 638-657.
- Tribe, J. (2010). Tribes, territories, and networks in the tourism academy. *Annals of tourism research*, 37(1), 7-33.
- Van Raan, A. F. (2005). Fatal attraction: Conceptual and methodological problems in the ranking of universities by bibliometric methods. *Scientometrics*, 62(1), 133-143.
- Wardle, C., & Buckley, R. (2014). Tourism citations in other disciplines. *Annals of Tourism Research*, 46(3), 163-184.
- Xiao, H., & Smith, S. L. (2006). The making of tourism research: Insights from a social sciences journal. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 490-507.



Liderazgo e inteligencia emocional a nivel gerencial; perspectivas del conocimiento ontológico, epistemológico, metodológico y el paradigma.

Leadership and emotional intelligence at the managerial level; perspectives of ontological, epistemological, methodological knowledge and paradigm.¹

Robert Samaniego Garrido

<https://orcid.org/0000-0002-2164-2999>

rsamaniego@udet.edu.ec²

Xavier Páez Coello

<https://orcid.org/0000-0001-6710-235X>

xpaez@udet.edu.ec³

Universidad de Especialidades Turísticas, Quito -Ecuador

¹ Manuscrito recibido el 18 de agosto del 2022, y aceptado tras revisión editorial y de pares doble ciego el 06 de diciembre del 2022. Turismo, desarrollo y buen vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística- RICIT. no. 16 (2022) Publicación anual. ISSN: 1390-6305 ISSN-e: 2588-0861.

² Magister en Dirección Estratégica. Docente Titular Auxiliar 2 en la carrera de Gestión del Emprendimiento y la carrera de Turismo. Universidad de Especialidades Turísticas, Quito-Ecuador.

³ Magister en Comunicación. Docente Titular Auxiliar 2 en la carrera de Comunicación y la carrera de Turismo. Universidad de Especialidades Turísticas, Quito-Ecuador.

Resumen

El presente ensayo aborda además los planos del conocimiento científico ontológico, epistemológico, metodológico y el paradigma, que permitirán interpretar la naturaleza de los fenómenos sociales, la acción del conocimiento y su comunicación, identificar el porqué de la realidad, es decir el medio idóneo para alcanzar el saber, el camino que nos conduce al conocimiento. Estos planos aportan en el presente ensayo con la reflexión, comprensión e interpretación del objeto de estudio desde el punto de vista ontológico, epistemológico y metodológico, asociados con el liderazgo y la inteligencia emocional a nivel gerencial; se describe como se conduce a la construcción de conocimiento para lo cual se inicia por discernir sobre estos conceptos por separado, para así, crear una base sobre el cual pueda germinar la discusión que permitirá desarrollar este tema.

Palabras claves: dirección, inteligencia emocional, organizaciones, liderazgo, conocimiento.

Abstract

This essay addresses the ontological, epistemological, methodological and paradigm planes of scientific knowledge, which will allow us to interpret the nature of social phenomena, the action of knowledge and its communication, identify the reason for reality, that is, the ideal means to reach knowledge, the path that leads us to knowledge. These planes contribute in this essay with the reflection, understanding and interpretation of the object of study from the ontological, epistemological and methodological point of view, associated with leadership and emotional intelligence at managerial level; it is described how it leads to the construction of knowledge for which it begins by discerning on these concepts separately, in order to create a basis on which the discussion that will allow the development of this topic can germinate.

Key words: management, emotional intelligence, leadership, knowledge.

Introducción

Hoy en día se habla mucho de la inteligencia emocional en las organizaciones como una habilidad optativa para desarrollarse en los colaboradores, pero hablar de inteligencia emocional como un requisito para los líderes gerentes y directores es cada vez más inevitable y desafiante para quienes pretenden dirigir equipos y organizaciones. Daniel Goleman, el autor que mejor ha tratado el tema de la inteligencia emocional sostiene en sus investigaciones junto con otros autores indican claramente que la inteligencia emocional es la condición indispensable para ejercer el liderazgo, sin ella una persona puede tener la mejor formación profesional, las mejores ideas pero no necesariamente podrá ser un buen líder; esta habilidad no se trata de que sus habilidades intelectuales y la formación técnica sean irrelevantes, pero actualmente estos suelen ser

sólo los requisitos iniciales para acceder a un puesto directivo. Hoy las cifras muestran una realidad convincente sobre la vinculación entre el éxito de una empresa y la inteligencia emocional de sus líderes. Recientes investigaciones demuestran que si la gente da los pasos adecuados pueden desarrollar su inteligencia emocional a través de la autoconciencia, la autogestión, la empatía y sus capacidades sociales componentes de la inteligencia emocional podrá ejercer su liderazgo de una manera efectiva, aunque estos comportamientos no son tan sencillos de ser desarrollados, al obtenerlos la organización podrá avanzar en la dirección que deseamos. La clave para el desarrollo del liderazgo en la mayoría de las empresas tiene que ver con estas virtudes y habilidades de inteligencia emocional que todo líder debería desarrollar para dirigir mejor a su gente.

Como podemos ver entonces, la inteligencia emocional tiene que ver todo con el liderazgo como una capacidad indispensable por sobre las capacidades técnicas. El desarrollo humano por naturaleza se encuentra enfocado en el crecimiento económico, con el propósito de generar recursos, en la tradición griega el principal objetivo de la conducta humana fue el desarrollo del conocimiento, siendo la base para la aplicación en la política, economía, y otros campos del conocimiento, este pensamiento se constituyó las base y estructura de la sociedad occidental. Ante los constantes cambios que se han generado en el entorno empresarial, tanto en el campo científico como tecnológico es necesario plantear nuevos esquemas dentro de la gestión organizacional, tomando en cuenta que el gerente tiene la responsabilidad de cumplir con los propósitos institucionales, la responsabilidad de un director va más allá de la toma de decisiones en función a los recursos y necesidades que tiene una organización, la toma de decisiones van tienen que ver con las competencias de liderazgo y gestión de crecimiento para que la organización puede llegar alcanzar sus objetivos; cada organización que desea incrementar su competitividad en el mercado se ve en la necesidad de incorporar líderes que enfrente los cambios constantes que se generan en el mercado y que afectan al desarrollo y funcionamiento de las organizaciones.

En estos tiempos no solo basta que el director cuente con conocimientos administrativos y manejo de empresas, estas habilidades deben ser complementadas con virtudes que le permitan transmitir su optimismo, confianza, calidez humana y que sepan liderar equipos de trabajo, es responsable de sus actos, nunca busca justificaciones por sus resultados, no culpa a terceros y trabaja de manera honesta.

Marco Teórico

Perspectiva Ontológica

Para analizar el plano Ontológico del conocimiento es indispensable comenzar manifestando que debe responder las interrogantes ¿qué es la realidad? y ¿qué es la representación?, es un asunto eminentemente ontológico. En ese sentido, existen al menos dos corrientes de interpretación de la realidad: Uno es de tipo positivista, natural,

materialista u objetivista, y otra de tipo subjetiva, social, constructivista o Inter subjetivista.

La primera corriente (positivista, natural, materialista y objetivista) se entiende por la interpretación de la realidad, los profesores argentinos Carrizo y León (2011) plantean que según esta postura “existe un mundo real y objetivo, independiente de los seres humanos, con una naturaleza o entidad propia, susceptible de ser cognoscible”. En tanto, para Machado (2011), la realidad corresponde desde una perspectiva objetivista a la sustitución del objeto ausente, es decir: a la acción de “darle presencia y confirmar la ausencia” del objeto.

En cuanto a la segunda corriente de interpretación de la realidad, los mismos autores señalan que esta es creada y recreada constante y subjetivamente, por lo que, es preciso referirse a una realidad de tipo social, sugiriendo que la realidad social se construye gracias a la intervención del lenguaje y la interpretación de lo medido o descrito.

En este sentido Machado (2011) en cambio manifiesta que es una “construcción fruto de las interacciones sociales” en la que no hay cabida para el objeto explícito de representación, sino que tal objeto se inscribe en el mundo de lo social en la medida en que sea construido por los seres humanos en sus interacciones a través del lenguaje.

Carrizo y León, también manifiestan que puede enunciarse un tercer tipo de corriente interpretativa de la realidad, la cual es planteada según los preceptos de Mattessich, quien considera que la realidad está construida por diferentes niveles o capas incluidas una en la otra. Los niveles de la realidad planteados por este investigador de origen italiano se circunscriben a cuatro capas: (1) realidad fisicoquímica, (2) realidad biológica, (3) realidad mental y (4) realidad social. (Hincapié, 2017, p.3).

Según esta postura el liderazgo y la inteligencia emocional entra en la fase de realidad social, debido que liderazgo enfatiza en el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser o actuar de las personas o en un grupo de trabajo determinado, haciendo que este equipo trabaje con mayor eficacia y eficiencia hacia el cumplimiento del logro de sus metas y objetivos, también identificando que la inteligencia emocional es la capacidad de reconocer las propias emisiones y de otros para guiar el pensamiento y la conducta, y administrar o ajustar las emociones para adaptarse al ambiente y conseguir esos objetivos planteados.

Perspectiva Epistemológico

En el plano epistemológico en la investigación, se establece la construcción y determinación del conocimiento, ya que la epistemología es una actividad intelectual que reflexiona sobre la naturaleza del conocimiento humano, estudia y evalúa los problemas

cognoscitivos de tipo científico y se fundamenta en la diversidad y no en la unidad del espíritu científico, por lo tanto, elabora su propio discurso.

La Epistemología estudia el origen del conocimiento, pero en este campo existen cuatro escuelas epistemológicas que plantean su posición en cuanto al origen del conocimiento.

Estas doctrinas son:

“El racionalismo, el empirismo, la fenomenología y la hermenéutica, el racionalismo, esta escuela epistemológica sostiene que el conocimiento tiene su origen en la razón, afirma que un conocimiento sólo es realmente tal, cuando posee necesidad lógica y validez universal. En este contexto sostiene que la razón es capaz de captar principios evidentes de los cuales luego deduce otras verdades, afirmando que existen ideas innatas, es decir que nacemos con ciertos contenidos, estructuras que son comunes en todos los hombres. El Empirismo sostiene que la única causa del conocimiento humano es la experiencia, bajo este supuesto el espíritu humano, por naturaleza, está desprovisto de todo conocimiento, por lo tanto, no existe ningún tipo de conocimiento innato. Una de las corrientes filosóficas procedentes del empirismo, que destaca por su importancia, es el positivismo (y el Positivismo Lógico), que indica que la ciencia es el conocimiento de los hechos, de los sucesos observables y medibles” (Martínez y Ríos, 2006, p.5).

De lo expuesto entonces la epistemología o teoría del conocimiento busca la validez o credibilidad del conocimiento científico como fundamento de las acciones humanas y la definición del saber, de los conceptos relacionados, de las fuentes, los criterios, los tipos de conocimiento posible y del grado con el que cada uno resulta cierto; así como la relación exacta entre el que conoce y el objeto conocido.

A través del tiempo y el avance de la ciencia, se pueden distinguir diferentes estilos o enfoques epistémicos, según Padrón (1994) esta son configuraciones cognitivas que definen esquemas operativos típicos de adquisición de conocimientos en el individuo y en las organizaciones. Por lo que desde este punto de vista la epistemología aporta con conocimientos para analizar el liderazgo, la inteligencia emocional en el nivel gerencial como distintos tipos de pensamiento o de razonamiento distinguen a unas personas de otras, conformando patrones operativos que cada uno privilegia y refuerza en la formación de mapas mentales y que son producto de las configuraciones cognitivas individuales desde el plano epistemológico. En el cual se identifica tres enfoques epistemológicos:

“Enfoque empírico analítico, también conocido como positivista o pragmático, marcado por un estilo de pensamiento sensorial, una orientación concreta objetiva hacia las cosas, un lenguaje numérico aritmético, una vía inductiva y unas referencias de validación situadas en la realidad objetivo. Enfoque racionalista, conocido como hipotético deductivo, es teórico de base empírica, analítico, marcado por el pensamiento racional, con una orientación hacia lo abstracto de los procesos, un lenguaje lógico matemático, una vía deductiva y unas referencias de validación situadas en la intersubjetividad racional universal. Enfoque sociohistórico, también conocido como fenomenológico, hermenéutico. naturalista, interpretativo, marcado por el pensamiento intuitivo; tiene una orientación vivencial hacia los sucesos, un lenguaje verbal, una vía inductiva y

unas referencias de validación situadas en simbolismos socioculturales de un momento y un espacio como sujeto temporal” (Pirela y Sánchez, 2004, p.4).

En este punto vista el liderazgo y la inteligencia emocional se basa en la epistemología con un enfoque sociohistórico ya que introspectiva tiende al sentimiento, la empatía, es sensible, construye el conocimiento a partir de vivencias internas, de la conciencia y las vivencias del yo interno. No existe metodología científica, tampoco criterio de demarcación sino metodologías o criterios según los estándares de las diferentes sociedades. La función humana del conocimiento es el compromiso con la transformación social, incluye la experiencia del investigador, aplica juicios. el razonamiento y un lenguaje natural. Así mismo se plantean cuatro fases de desarrollo de la investigación:

“Descriptiva, que organiza la realidad objeto de interés, establece diferencias asignando nombres y rasgos, características comunes en categorías sistémicas de observación y constatación. Explicativa o constructiva, que se construye en explicaciones de la realidad, relaciones de interdependencia. Contratación o de validación, contrasta, evalúa y valida si la teoría sirve para interpretar el mundo. Aplicativa o tecnológica, determina si la teoría es confiable, para aprovecharla o explotarla para transformar la realidad, formular modelos de acción y uso” (Pirela y Sánchez, 2004, p.5).

A partir de la posición epistemológica se puede determinar la construcción del conocimiento, considerando estas habilidades gerenciales y de liderazgo como fundamentales en el desarrollo empresarial, encaminadas a la transformación organizacional y competitividad. La investigación se caracteriza como un proceso típico y específico de producción de conocimientos sistemáticos y socializados, orientado a apoyar el éxito de las acciones arraigados en buen liderazgo enfocado en el uso de la inteligencia emocional a nivel de gerencia, que surge de las necesidades de estas acciones, con el fin de elaborar mapas mentales o representaciones cognitivas de una realidad. El método es el componente estratégico que permite transitar desde una pregunta a la respuesta y que depende del estilo de conocimiento, pensamiento cognitivo o enfoque epistemológico.

Perspectiva Metodológica

Un abordaje teórico metodológico del liderazgo y la inteligencia emocional a nivel de gerencia en las organizaciones. Este campo constituido por el liderazgo es muy diverso e incluye un amplio espectro de definiciones, evaluaciones, descripciones, prescripciones y filosofías. Su estudio se aborda en diferentes disciplinas y perspectivas tales como: caracterizaciones, cualidades, teorías psicodinámicas, teorías del desarrollo organizacional y la sociología.



Figura 1. Modelo de enfoque cuantitativo. Fuente: Bautista s/f



Figura 2. Modelo de enfoque cualitativo. Fuente: Bautista s/f.

Desde esta perspectiva y a través del plano metodológico del conocimiento se analizan métodos y técnicas que por medio de su procedimiento se obtiene el conocimiento, a través de diferentes técnicas aplicadas en el desarrollo de esta actividad llegando analizar las necesidades de aplicación e integración de métodos ya sean cuantitativos y cualitativos para el desarrollo del presente estudio el cual se define que se lleva a cabo por medio la investigación cualitativa donde se describe los puntos de vista externos para establecer conceptos y comparaciones de fuentes bibliográficas sobre el tema de investigación u objeto de estudio sobre el liderazgo y la inteligencia emocional a nivel de gerencia, complementando con la perspectiva interna del investigador.

Perspectiva Paradigmática

Un paradigma es una estructura conceptual, de creencias metodológicas y teorías entrelazadas que abre el campo de visión, de una comunidad científica específica, formando su concepción del mundo (cosmovisión). En otras palabras, un paradigma vendría a ser una estructura coherente constituida por una red de conceptos, constituida por creencias metodológicas y teóricas entrelazadas que permiten la selección, evaluación y crítica de temas, problemas y métodos. Involucra el compromiso entre los miembros de una comunidad científica, todo lo cual implica una definición específica del campo de la ciencia correspondiente, y se expresa en una tradición orgánica de investigación.

Son muchos los paradigmas que ha adoptado la ciencia en el transcurrir de los siglos, ya que los paradigmas cambian y se transforman, pero ¿a qué se debe el surgimiento de un nuevo paradigma?, la respuesta es sencilla, se debe a una revolución científica. “Cada revolución es una oportunidad de pasar de un paradigma a otro. Si se desarrolla una crisis, originada por un enigma no resuelto por el paradigma actual, es esencial para el progreso de la ciencia un cambio de paradigma, obligando a los científicos a buscar nuevos horizontes” (Martínez y Ríos, 2006, p.8).

El paradigma en el liderazgo y la inteligencia emocional aporta con ideologías de forma explícita y la autorreflexión crítica en los procesos del conocimiento. Su finalidad es la transformación de la estructura de las relaciones sociales y dar respuesta a determinados problemas generados por éstas, partiendo de la acción reflexión. El paradigma considera como una unidad dialéctica entre lo teórico y lo práctico. Nace de una crítica a la racionalidad instrumental y técnica preconizada por el paradigma positivista y plantea la necesidad de una racionalidad substantiva que incluya los juicios, los valores y los intereses de la sociedad, así como su compromiso para la transformación desde su interior. Fue la escuela de Frankfurt (Horkheimer, Adorno, Habermas), según lo reporta Boladeras (1996) “la que desarrolló un concepto de teoría que tenía como objetivo fundamental la emancipación del ser humano. Esta concepción teórica es la que se conoce como Teoría Crítica” (Alvaro y García, 2008, p.4.)

El liderazgo y la inteligencia emocional a nivel gerencial, triangulación de la información.

La terminología triangulación se refiere al uso de varios métodos ya sean estos cuantitativos como cualitativos, de fuentes de datos, de teorías, de investigadores o de ambientes en el estudio de un fenómeno para conocer diferentes puntos respecto objetivo del investigador en la búsqueda de patrones de convergencia para poder desarrollar o corroborar una interpretación global del fenómeno u objeto de la investigación (Benavides y Gonzáles, 2005, p. 119)

Los planos del conocimiento desde el punto de vista ontológico asociado al liderazgo y el uso de la inteligencia emocional a nivel gerencial se refiere a como concibe el nivel gerencial la naturaleza de la realidad en este aspecto la ontología es fundamental y cobra su basamento en la comunicación de la inteligencia con la realidad, en el sentido real efectivo y válido de esta conexión. La realidad del ser y su valor efectivo, no se muestra únicamente porque se establece como real a la inteligencia pensante, y porque desencadena la "noesis" (acto intencional del pensar) y la dinámica del pensar claro; sino también por su valor representativo como el intelecto, razón y entendimiento sobre toda la realidad.

Inteligencia Emocional

La autoconciencia es el ingrediente primordial de la inteligencia emocional, ya que a través de esta podemos tener una profunda comprensión de las emociones, fortalezas, debilidades, necesidades y motivaciones propias; para el cual es importante cultivar una profunda comprensión de sí mismo; no sólo de cuáles son sus fortalezas y debilidades, sino también de cómo se aprende, cómo se trabaja con otros, cuáles son sus valores y dónde se puede hacer la mayor contribución, de esta forma identifica lo mejor de sí mismos para poder dirigir y gestionar con eficacia a los demás, para ello se precisa conocer y entender nuestras propias pasiones, motivaciones, identificar las fortalezas para potencializarlas, detectar debilidades para actuar en consecuencia esto ayudará a tomar buenas decisiones e identificar oportunidades para convertirnos en individuos competentes y la única forma para descubrirnos es realizar un análisis de nuestras propias experiencias o feedback y alcanzar un buen liderazgo.

El coeficiente intelectual y las destrezas técnicas son importantes, pero la inteligencia emocional es una condición importante del liderazgo. Las cualidades asociadas tradicionalmente al liderazgo (como inteligencia, firmeza, determinación y visión) son necesarias para el éxito. Los líderes verdaderamente efectivos también se distinguen por un alto grado de inteligencia emocional, que incluye la autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales.

La inteligencia emocional es una variable de la personalidad que describe la capacidad de percibir, entender y gestionar información emocional propia y ajena. El reconocimiento del papel que juega esta capacidad en los razonamientos y en la toma de decisiones complementa el modelo tradicional - basado únicamente en el cociente intelectual - con la introducción de un cociente emocional. (Mayer, 2006).

Los líderes efectivos tienen un alto grado de inteligencia emocional. No es que el coeficiente intelectual y las destrezas técnicas sean irrelevantes. Son importantes, pero como "aptitudes de umbral"; es decir, son los requisitos básicos para puestos ejecutivos. Estudios recientes, muestra claramente que la inteligencia emocional es la condición base del liderazgo.

Modelos de competencia en tres categorías:

1. Destrezas puramente técnicas, como contabilidad y planificación de negocios.
2. Coeficiente intelectual, habilidades cognitivas, como razonamiento analítico.
3. Inteligencia emocional, como la capacidad para trabajar con otros y la efectividad para liderar el cambio y que no sólo distingue a los líderes sobresalientes, sino que se puede relacionar con el alto desempeño.

Según Goleman (2004) en su libro sobre la inteligencia emocional manifiesta Cinco componentes de la inteligencia emocional.

Tabla 1. Componentes de la inteligencia emocional

La autoconciencia	La autorregulación	Motivación	Empatía	Habilidades emocionales
La autoconciencia es el ingrediente primordial de la inteligencia emocional, es la actitud para reconocer y entender los estados de ánimo, emociones e impulsos propios y sus efectos en los demás es tener una profunda comprensión de las emociones, fortalezas, debilidades, necesidades y motivaciones propias y su característica es confianza en sí mismo.	Los impulsos biológicos dirigen nuestras emociones. Es la capacidad para controlar o redirigir sus impulsos negativos o el mal humor; propensión de no tomar decisiones apresuradas o pensar antes de actuar, es el componente de la inteligencia emocional que nos libera de ser prisioneros de nuestros sentimientos. Confiabilidad e integridad, apertura al cambio.	Impulso a obtener logros más allá de las expectativas propias y de los demás. La palabra clave es lograr. Pasión por el trabajo que van más allá del dinero o el estatus; tendencia a luchar por los objetivos con energía y persistencia. Fuerte orientación al logro; optimismo incluso frente a la adversidad.	La empatía es tener en consideración los sentimientos de los demás en el proceso de toma de decisiones inteligentes. Aptitud para entender el maquillaje emocional de otras personas. Habilidad para tratar a las personas en función de sus reacciones emocionales.	Es la competencia en el manejo de las relaciones y la creación de las redes sociales es la capacidad para encontrar puntos comunes y estrechar lazos y de tener mucha eficiencia en liderar cambios, capacidad de persuasión y pericia en crear y liderar equipos.

Adaptado por los autores (2022) Fuente: a partir de artículo Como ser un líder obtenido de <https://hbsp.harvard.edu/home/Goleman>,

Del cuadro anterior se desprende que un líder es una persona que posee muchas cualidades, habilidades y principalmente es quien tiene un alto grado de inteligencia emocional, la cual se desarrolla en algunos componentes fundamentales como autoconciencia, autorregulación, motivación estos tres primeros son destrezas de manejo de uno mismo y la empatía, habilidades sociales estas dos están relacionadas directamente

con la aptitud para manejar las relaciones con los demás. Estas habilidades y destrezas son requisitos indispensables que toda persona debe poseer, pero principalmente a nivel jerárquico alto o nivel de gerencia para alcanzar el éxito personal, profesional y reconocimiento de un verdadero líder dentro de las organizaciones.

El rol gerencial en el liderazgo

Los cambios económicos y la dinámica competitiva que enfrentan actualmente las organizaciones a nivel global obligan a sus directivos a afrontar grandes retos, oportunidades y amenazas en los escenarios donde operan. Para cumplir exitosamente con su responsabilidad, deben reorientar sus prácticas tradicionales y centrar su atención en los procesos estratégicos de la compañía.

Debido a los escenarios comerciales y económicos cambiante, las organizaciones enfrentan un fenómeno de incertidumbre cada vez más complejo que dificulta los procesos de gestión y toma de decisiones. Si quieren prosperar y desarrollarse, “necesitan ser dirigidas por gerentes estrategas, proactivos, dinámicos, creativos y participativos; capaces de afrontar los retos y riesgos del entorno competitivo actual” (Harvard Business Publishing Education).

En el pasado, para ser un buen gerente, se requerían principalmente conocimientos técnicos en áreas tales como mercadeo, finanzas, contabilidad, derecho, producción, entre otros. En el entorno competitivo y globalizado en que vivimos hoy, aunque estos conocimientos siguen siendo necesarios, los gerentes requieren de cualidades adicionales, con importantes virtudes y grandes habilidades humanas (manejo de la inteligencia emocional y liderazgo). Debido a la importancia que las personas deben ejercer a nivel de gerencia, enlistamos cualidades y habilidades que deben poseer para ser exitosos y lograr los mejores resultados a través de la eficiencia y calidad de su gestión. No son las únicas necesarias, pero si las que no pueden faltar, a partir de lo expuesto, desarrollamos la siguiente tabla comparativa en la que se destacan las virtudes y habilidades a partir de la inteligencia emocional comparada con el paradigma tradicional de liderazgo

Tabla 2. Virtudes y Habilidades de Nivel Gerencial paradigma tradicional

Virtudes	Habilidades
Responsabilidad	Proactividad
Autodisciplina	Estrategia
Autoestima	Comunicación asertiva
Creatividad	Participación
Determinación	Motivación
Integridad	Trabajo en equipo
Optimismo	Manejo de conflictos

Adaptado por los autores (2022)

Tabla 3. Habilidades de Nivel Gerencial paradigma de la inteligencia emocional

Habilidades	
Participativo.	Es un perfil adecuado para aquellas situaciones en las que el trabajo en equipo es indispensable
Autocrático.	Pese a la poca apertura y participación que promueve, este perfil de liderazgo es propicio para situaciones de crisis en las que resulte necesario adoptar posturas firmes.
Burocrático	De hecho, es habitual que desempeñe sus labores fuera del espacio en el que se desenvuelve la empresa, Aun así, un líder de estas características puede resultar adecuado para aquellas empresas en las que primen las decisiones excepcionales.
Carismático.	Es optimista, enérgico y genera satisfacción y entusiasmo en el momento de exponer sus ideas. Como desventaja, cabe mencionar cierta tendencia a suponer que cualquier proyecto o medida adoptada no podría ser la misma sin su intervención. Es decir, que con frecuencia pueden caer en el personalismo.
Transformacional.	Numerosos expertos en recursos humanos coinciden en que este tipo de líder es el más completo de los que hasta el momento se han definido. Una especie de líder genérico. Es versátil, carismático y resolutivo, pero sin caer en el personalismo ni anteponer su interés al de la compañía. Es dueño de sus decisiones, pero, a la vez, le gusta sentirse respaldado por un equipo de apoyo que intervenga en los procesos que están a su cargo. Es especialista en motivación, pero también le gusta sentirse motivado por los otros. Dialoga y sabe escuchar. Además de cumplir con sus objetivos en temas de gestión, también es proactivo a la hora de proponer soluciones

Adaptado por los autores (2022)

Como se puede apreciar, el desarrollo de habilidades que tiene que ver con la inteligencia emocional a nivel gerencial y empresarial es de vital importancia en el efectivo desarrollo de la gestión. Este término fue popularizado por el psicólogo estadounidense Daniel Goleman en su libro “Emotional Intelligence” escrito en 1995. En él, Goleman define la inteligencia emocional como, “la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos, los sentimientos de los demás, motivarnos y manejar adecuadamente las relaciones que sostenemos con los demás y con nosotros mismos”.

Históricamente se ha comprobado que los gerentes intelectualmente más brillantes no suelen ser los que más éxito alcanzan, en cambio sí los que demuestran ser emocionalmente inteligentes. Al respecto, Robert Cooper, en su libro “Inteligencia emocional aplicada al liderazgo y a las organizaciones” (2005) explica que:

“Las investigaciones recientes sugieren que un ejecutivo técnicamente eficiente con un alto coeficiente emocional es una persona que percibe más hábil, fácil y rápidamente que los demás los conflictos en gestación que tienen que resolverse, lo asuntos vulnerables de los equipos y las organizaciones a que hay que prestar atención, las distancias que se deber salvar o los vacíos que deben llenar, las conexiones ocultas que significan oportunidad, y las oscuras y misteriosas interacciones que prometen se de oro (...) y rentables” (Harvard Business Publishing, 2020).

El Liderazgo en la Gerencia

Cuando los individuos ejercen un liderazgo de nivel superior mejoran el mundo que les rodea porque sus objetivos van encaminados a logro de objetivos en común. Mejorar el mundo circundante, requiere, pues que el estilo de liderazgo que se impere el liderazgo de servicio. El gerente que es líder trabaja para ser aceptado por su carisma y su servicio, ayuda y orienta para cumplir con las metas de la organización. El líder es el respaldo del equipo, el que potencia a las personas para que se desarrollen sus inquietudes, iniciativas y creatividad. Fomenta la responsabilidad, el espíritu de equipo, el desarrollo personal fomenta un espíritu de pertenencia y de empoderamiento que une a los colaboradores para decidir las medidas a tomar. “Los líderes sobresalientes salen de su camino para potenciar la autoestima de su personal. Si las personas creen en sí mismas, es increíble lo que pueden lograr como resultado” (Gonzales, 2016. P.75). Según Daniel Goleman, (2004) existen principalmente seis estilos del liderazgo para lograr el éxito.



Figura 3. Estilos de Liderazgo. Fuente: Goleman, 2004

Como se puede observar a partir de los estilos de liderazgo de Daniel Goleman que ejerce una persona sobre los demás miembros de la organización, estos se convertirán en la fuente más significativa para alcanzar los objetivos o metas de la empresa. Los estilos que se destacan en el cuadro anterior se transforman en la clasificación más utilizada a la hora de hablar de liderazgo. Cada uno de ellos se basa en determinado componente de la inteligencia emocional, sin embargo, lo que tiene en común todos ellos, es que las personas que desarrollan dichos estilos obtienen resultados. Cabe destacar que los tipos de liderazgo no son incompatibles entre sí y por el contrario los mejores líderes empresariales son capaces de tomar los mejores elementos de cada uno de ellos y adaptarse a las necesidades, en cualquier caso, Sin embargo, para conocer cuál es el estilo más útil en cada caso, es necesario en primer lugar, conocer lo que caracteriza a cada uno de ellos para lo cual se propone la siguiente tabla descriptiva.

Tabla 4. Características de los estilos de liderazgo

Coercitivo	Visionario	Afiliativo	Democrático	Ejemplar	Coaching
El tipo de liderazgo coercitivo tiene un cierto enfoque militar, debido a que se centra en dar instrucciones precisas que deben seguirse al pie de la letra, cuestionar sin que ningún miembro de la organización pueda cuestionar dichas instrucciones. Este tipo de liderazgo no es el que mejor encaja en el contexto actual de las organizaciones; sin embargo, se lo puede utilizar en situaciones de crisis para lograr los objetivos, pero no por mucho tiempo ya que al final a largo, acaba con la creatividad de los empleados, cultura de trabajo de la organización.	Posee una clara visión a largo plazo y guía a sus colaboradores en la misma dirección. Con esta visión, el líder es capaz de motivar a los colaboradores haciéndolos conscientes de su papel en la organización. El mejor momento para ejercer este tipo de liderazgo es cuando la organización se encuentra en crisis en una situación de inestabilidad, de esta manera se proporciona un nivel mayor de motivación y por tanto de productividad.	Este tipo de liderazgo gira en torno a las personas, es decir, establecer vínculos entre los miembros del grupo que colabora en la organización, lo que redundará en una mayor productividad y armonía en la empresa. Existe la idea errónea de que los lazos de afectividad entre subordinados y empleados tiende a conducir hacia un comportamiento poco profesional. de trabajo, especialmente cuando los conflictos son permanentes, sin embargo, este tipo de liderazgo puede hacer maravillas ya que ayuda a restablecer la confianza en la empresa.	Este tipo de liderazgo impulsa la idea de que los empleados de una organización participen en la toma de decisiones, este tipo de liderazgo se puede utilizar cuando existe tiempo para elegir un rumbo de acción. Este tipo de liderazgo se puede utilizar en los casos en los que es necesario combinar diferentes habilidades del equipo para alcanzar una meta, para ello es necesario llegar a un acuerdo en los puntos más importantes con cada una de las partes válidas.	Este tipo de liderazgo se caracteriza por marcar una dirección, y el líder se asegura de que se mantenga, generalmente actúa a través del ejemplo y requiere de un cierto protagonismo, lo que produce que cuanto este no se encuentra los empleados en la organización no encuentran con claridad que se debe hacer si no existe un timonel.	Este tipo de liderazgo ayuda a identificar en el equipo colaborador sus puntos fuertes y débiles, convertir sus debilidades en fortalezas mediante el apoyo y la supervisión Este estilo de liderazgo encomienda a sus empleados tareas difíciles a corto plazo porque su principal objetivo es alinear los objetivos de cada empleado con los de la organización. Este tipo de liderazgo funciona de mejor manera cuando los empleados son conscientes de sus puntos fuertes y débiles y quieren mejorar su rendimiento en la organización

Adaptado por los autores (2022)

Discusión

Hablar del concepto inteligencia emocional es muy importante en el ámbito organizacional, es importante contar con líderes inteligentes emocionalmente para la consecución de los objetivos, son muchos los autores que han escrito sobre este concepto pero fue el psicólogo está donde ese Goleman quien lo popularizó con su libro inteligencia emocional, a esta la podemos definir como la capacidad de reconocer entender tanto las emociones propias como las de los demás, si reflexionamos por un instante nos daremos cuenta que las emociones están presentes en todas las personas, debido a que forman parte de la condición humana y por tanto influyen en todos los ámbitos de nuestra vida, en el presente ensayo nos centraremos hoy en la inteligencia emocional aplicada al liderazgo y por tanto a la organización cada vez existen más estudios que relacionan el éxito con estabilidad y la inteligencia emocional, Goleman ha llegado incluso a afirmar que el éxito en la vida profesional y personal depende un 20% del cociente intelectual y un 80% de la inteligencia emocional, no cabe la menor duda que los conocimientos técnicos que se adquieren mediante formación o experiencia profesional son indispensables para el correcto desempeño de las funciones que requiere un determinado puesto, está claro que el déficit de esas habilidades técnicas no se pueden suplir con la inteligencia emocional pero si a esos conocimientos les sumamos esta capacidad estaremos mucho más cerca de alcanzar el éxito.

Por tanto la inteligencia emocional es esencial para relacionarnos, y no sólo es importante para un líder sino para todas las personas que forman parte de la organización, ya que cuando se cuenta con empleados inteligentes emocionalmente, se mejorará el clima laboral y la comunicación organizacional; se aumentará la productividad y disminuirá la rotación de personal; ahora bien teniendo en cuenta los beneficios de contar con empleados inteligentes emocionalmente los líderes organizacionales deben trabajar para mejorar esa habilidad, ya que la inteligencia emocional se puede trabajar; sin embargo este proceso requiere tiempo compromiso y esfuerzo, pero se revertirá en enormes beneficios tanto a líder como a la organización.

Podemos destacar cinco elementos principales de inteligencia emocional en el liderazgo sobre los que debemos trabajar si se desea desarrollar esta habilidad; el primero de los elementos es la autoconsciencia entendida como el autoconocimiento, como líder es fundamental conocer las emociones y aprender a identificarlas con el fin de asociarlas con aquello que las provoca. A este respecto debemos plantearnos cuestiones como: ¿cuáles son nuestras capacidades y cuáles son nuestros puntos débiles?, que principios sostienen las decisiones diarias que tomamos desde la gerencia. Todos estos aspectos ayudan a conocer y gestionar nuestro equipo de trabajo, porque si no somos capaces de reconocer nuestras emociones difícilmente podremos controlarlas.

El segundo elemento es la autorregulación, este elemento se refiere a la habilidad de manejar y gestionar las emociones con el fin de reaccionar adecuadamente ante

situaciones de estrés intenso, debemos aprender a canalizar nuestros impulsos, esto nos permitirá mantener un entorno de confianza en el que se puedan resolver las dificultades desde la calma.

El tercer elemento es la motivación; los líderes eficaces se sienten impulsados a obtener logros, a conseguir metas e incluso más que a conseguir recompensas externas. La capacidad motivadora del líder conseguirá contagiar a los demás integrantes del proyecto del entusiasmo necesario para conseguir los objetivos de la organización; sin duda esta característica repercutirá directamente en la consecución de los objetivos.

El cuarto elemento tiene que ver con la empatía; como sabemos esta hace referencia a la empatía en la capacidad de ponerse en el lugar de los demás; es decir, tener en cuenta los sentimientos y emociones sin juzgarlos e intentando comprender a los demás, aunque esto no es sencillo porque requiere alejarse de nuestra propia forma de pensar y sentir para comprender la de los demás. Esto supone todo un reto para un líder que quiera conectar realmente con su equipo de trabajo; sin embargo, esto no significa complacer a todas las personas que tienes bajo tu responsabilidad; sino, tener muy presente las emociones y sentimientos de cada uno de ellos porque esto será lo que generará conexión y seguridad. Para mejorar este aspecto se debe entrenar simplemente la capacidad para escuchar prestando total atención al mensaje y a la comunicación no verbal de los demás.

Y, por último, el quinto elemento hace referencia a la habilidad social; esta refleja la interacción de un líder con el mundo que le rodea; un líder necesita manejar las relaciones eficazmente para poder conectar de forma efectiva con los demás; a través de esta interacción el líder promueve sus ideas con confianza y respeto.

No hay que olvidar que trabajar la inteligencia emocional afectar a todos los ámbitos de la vida y le permitirá a la gerencia mejorar las relaciones con los demás, además de alcanzar tus metas por ello será conveniente que trabajes en el desarrollo de los cinco elementos mencionados anteriormente

Conclusiones

Las contribuciones filosóficas que se han desarrollado a través de los años, han permitido estudiar a través de la epistemología el conocimiento del ser humano y como este evoluciona, permitiendo llegar a varias áreas tanto sociales como lógicas, contribuyendo el desarrollo de éstas en función a las experiencias vividas, estudiando y analizando su desarrollo, lo que ha dado un gran aporte a la filosofía gerencial, que ha evolucionado por los diferentes cambios que se han dado en el entorno empresarial. Con los cambios y transformación en el mercado global, no solo es suficiente los conocimientos adquiridos académicamente ni experiencia en el manejo en la dirección de

empresas, se debe complementar estos conocimientos con habilidades y virtudes, que permitan fomentar un agradable ambiente laboral, trabajo en equipo.

La alta dirección tiene la responsabilidad de poder cumplir con los objetivos institucionales y las metas trazadas con el propósito de mantener la empresa en el mercado y generar un ámbito competitivo, que le permita el crecimiento y posición dentro de su entorno. Las estrategias que se desarrollen se tienen que integrar a todas las áreas de la empresa, permitiendo mejorar los procesos internos, incrementar la competitividad en función a la innovación de sus productos y servicios.

El entorno actual cambiante y competitivo ha exigido el perfeccionamiento en las competencias de los líderes Gerenciales para poder desarrollar habilidades sociales que permitan un mejor desempeño y convivencia dentro de las Organizaciones. Los líderes de la Alta Gerencia no solo deben contar con las competencias laborales, conocimientos, un buen coeficiente intelectual y experiencia; sino que además deben contar con un buen desarrollo de su Inteligencia Emocional. los Gerentes Inteligentemente Emocionales son empáticos, motivadores, ágiles mentalmente, versátiles, y con un muy buen manejo en la resolución de conflictos (dialogar, saber escuchar). Estos líderes son exitosos y desarrollan mejores ideas y dominio de situaciones laborales que se presentan en el día a día, tanto a nivel administrativo, financiero, clientes, proveedores y de su gestión con el recurso humano

La Inteligencia Emocional desarrollada dentro de la Organización y con mayor relevancia en los líderes gerenciales es la mejor forma para mantener una excelente comunicación en todos los niveles. Esta comunicación afecta tanto negativa como positivamente con el cliente interno, externo y proveedores. “De esta asertiva comunicación depende el intercambio de información adecuada y veraz, las ordenes de la alta gerencia a sus colaboradores no serían una imposición sino una motivación a hacer las cosas; ante los errores la crítica es estímulo para hacer las cosas mejor”. (Gonzales, 2016, P.75)

Referencias

- Alvaro y Garcia. (2008). Readalyc. Obtenido de Características más relevantes del paradigma socio-crítico: su aplicación en investigaciones de educación ambiental y de enseñanza de las ciencias realizadas en el Doctorado de Educación del Instituto Pedagógico de Caracas: <https://www.redalyc.org/pdf/410/41011837011.pdf> [Consulta:2022 Noviembre, 11]
- Benavides y Gónzales. (2005). Redalyc. Obtenido de Métodos en investigación cualitativa: triangulación: <https://www.redalyc.org/pdf/806/80628403009.pdf> Consulta:2022 Octubre, 11]
- Fernández, J. (2005), Sistemas organizacionales. Teoría y práctica, Editorial Universidad de Colombia (EDUCC), Bogotá, ISBN: 958-8325-02-6

- Ferrin, H. (2018). Polo Del Conocimiento. La gerencia y sus nuevas tendencias. Un aporte al desarrollo empresarial (Documento en línea), Disponible: <file:///C:/Users/yoga%20520/Downloads/521-1244-2-PB.pdf> Consulta:2022 Octubre, 13]
- Goleman, D. (2004). Plataforma Harvard. Obtenido de Artículo Como ser un Lider: <https://hbsp.harvard.edu/product/10263-HBK-ENG?Ntt=daniel+goleman&itemFindingMethod=Search> Consulta:2022 Octubre, 26]
- Gonzales, D. (2016). La Inteligencia Emocinal y el Liderazgo. Consulta:2022 Octubre, 13]
- Harvard Business Publishing. (2020). UMB Virtual. Obtenido de Rol del Gerente Moderno: <https://hbsp.harvard.edu/search?N=&Nrpp=25&Ntt=The+role+of+the+modern+manager&searchLocation=header> Consulta:2022 Octubre, 23]
- Hernandez, S. y Rodriguez , (2020), Introducción a la Administración. Editorial McGraw-Hill, ISBN 10: 6071506174ISBN 13: 9786071506177
- Hincapié, J. P. (2017). Elementos ontológicos, epistemológicos y metodológicos para la construcción de un marco teórico de estudio de los activos intangibles. Obtenido de DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-45.eoem>: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v18n45/0123-1472-cuco-18-45-00086.pdf> Consulta:2022 noviembre, 28]
- Marinez y Ríos. (2006). Los Conceptos de Conocimiento, Epistemología y Paradigma, como Base Diferencial en la Orientación Metodológica del Trabajo de Grado. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/101/10102508.pdf> Consulta:2022 Octubre, 11]
- Mayer, J. (Julio de 2006). Google Académico. La Inteligencia Emocional. Obtenido de https://factorhuma.org/attachments_secure/article/8301/IE_cast.pdf: Consulta:2022 Octubre, 13]
- Padrón, J. 2007. Tendencias epistemológicas de la investigación científica en el Siglo XXI. Cinta moebio 28: 1-28
- Pirela y Sánchez. (2004). Redalyc . Obtenido de Artículo. Enfoque epistemológico del liderazgo transformacional: <https://www.redalyc.org/pdf/737/73710203.pdf> Consulta:2022 Octubre, 12]
- Ramirez, J. y Vega, O. (2015), Sistemas de Información Gerencial e Innovación para el Desarrollo de las Organizaciones, (Revista en línea), Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/784/78440280006.pdf> [Consulta: 2022, Noviembre 08]