

Imaginarios socioculturales del turismo: percepción desde los residentes de San Gil, Páramo y Curití, Colombia**

Lyda Maritza Rivera Martínez*

PALABRAS CLAVE

turismo sostenible, imaginarios socioculturales, empresarios del turismo

KEY WORDS

sustainable tourism, socio-cultural imaginary, tourist businesses

Resumen

La investigación estuvo centrada en la exploración del aporte que los empresarios del sector turístico hacen a la sostenibilidad sociocultural de los municipios de San Gil, Páramo y Curití, a partir de la indagación de los imaginarios socioculturales que el desarrollo del turismo ha generado en la comunidad residente.

El proceso metodológico contempló un acercamiento a la reconstrucción etnográfica para reconocer los imaginarios de los turistas, pobladores y empresarios frente al desarrollo del turismo, desde donde se analiza el componente sociocultural.

En los imaginarios socioculturales de los residentes se percibe al turismo

de forma tanto positiva (realce en la gastronomía, tradición artesanal, recuperación de eventos, mejora en servicios públicos, capacitación) como negativa (cambio en costumbres, alteración de la tranquilidad, problemas sociales, inseguridad, prostitución); síntomas que manifiestan elementos perjudiciales en la evolución de la actividad turística. De igual forma, se evidencian mínimas acciones de los empresarios en relación a la sostenibilidad sociocultural de la actividad turística. Las principales dificultades que se perciben son la competencia desleal, el incumplimiento a los compromisos, el empirismo y la capacitación poco efectiva para las necesidades existentes.

Abstract

The investigation was focused on making an exploration of the contribution that entrepreneurs of tourism sector make to socio-cultural development of the municipalities of San Gil, Páramo and Curití, after the cultural imaginary that has generated the development of tourism on the resident community.

The methodology contemplated an approach to ethnographic reconstruction to recognize the imagination of tourists, residents and businessmen against the development of tourism, from which he examines the socio-cultural component.

In the socio-cultural imaginary residents perceived tourism of both

positively (enhancement in gastronomy, handicraft tradition recovery events, improvement in public services, training) and negative (change in behavior, impaired tranquility, social problems, insecurity, prostitution); symptoms displayed harmful elements in the development of tourism. Minimal actions of employers in relation to socio-cultural sustainability of tourism and the main difficulties are perceived unfair competition, breach of commitments, empiricism and ineffective training for existing needs.

Introducción

El turismo, desde la década de los setenta, ha producido un progreso rápido, espontáneo y evidente; al mismo tiempo, ha generado impactos negativos, llevando a las comunidades receptoras a replantear la rentabilidad real de la actividad turística en sus regiones. De ahí que el reto y la responsabilidad deben girar en torno a la creación de conciencia y compromiso de empresarios, promotores, gestores de esta área, para pensar en acciones y gestiones responsables y equilibradas, así como para tomar decisiones viables e invertir en el mantenimiento de los espacios naturales y culturales.

A partir de esta reflexión, surge el turismo sostenible como un nuevo reto para los empresarios del sector turístico porque esta concepción exige nuevas formas de hacer turismo; formas ligadas a la adopción de mejores prácticas en los procesos y en la ejecución de las actividades y servicios brindados. Retos grandes para un sector empresarial que se caracteriza por estar fragmentado y disperso en pequeñas y medianas empresas, que cuentan con limitados recursos económicos y que individualmente generan impactos y contaminación a pequeña y gran escala.

En tal sentido, el interés de esta investigación fue conocer el aporte que el turismo genera al progreso sociocultural de los municipios de San Gil, Páramo y Curití, a partir de la exploración de los imaginarios de los residentes, de comprensiones sobre sostenibilidad y de acciones de gestión realizadas por los empresarios de dicho sector.



* Parque natural El Gallineral, uno de los sitios más representativos del turismo en la región.

Imaginarios socioculturales del turismo

La representación social que identifica a los imaginarios sociales participa en la construcción de una realidad común a un conjunto social y su objetivo es la comprensión de los hechos, dando un significado según la cultura, el momento histórico y los cambios científicos que rodean al hombre. La representación social confiere sentido a los actos y acontecimientos que se vuelven prácticos y evidentes para su propia interpretación.

De ahí que la representación social y los imaginarios constituyan el mundo simbólico que el hombre entreteje en todas las sociedades. ¿Pero, qué es el *imaginario*? Colombo (1993) afirma:

Viejas palabras como *imago*, *imaginación*, *imaginario* con el pasar del tiempo se reacomodan en el campo discursivo, se unen a otras palabras, pasan de la “periferia” al “centro” y se cargan de un peso conceptual diferente. Así el uso frecuente del conjunto imaginario social, no debe ser considerado sólo como un efecto

*Administradora turística y hotelera. Especialista en Educación Ambiental. Docente investigadora del programa de Administración Turística y Hotelera, UNAB. Irivera6@unab.edu.co

** El presente artículo es fruto de un proceso de investigación formativa dentro del proyecto: Influencia de la gestión de las empresas prestadoras de servicios turísticos en la sostenibilidad ambiental y en los imaginarios socioculturales del turismo en los municipios de San Gil, Páramo y Curití en el Departamento de Santander, que contó con la participación de un equipo de docentes y estudiantes del semillero Turismo y desarrollo regional del programa de Administración Turística y Hotelera de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Hacen parte del equipo los docentes Lyda Rivera —investigador principal— y Jorge Hernández —co-investigador—, y los estudiantes Liz Tatiana Villamil Rivera, Alba María Joya Cabrera, Nataly Virviescas, Juan David Acosta Rincón, Yorley Tatiana Pérez y Natalia Rangel Molano.

de moda sino fundamentalmente como un descentramiento del pensamiento moderno que anula la dicotomía esencialista entre lo real y lo imaginario para desplazar sus fronteras recíprocas al interior del semántico de la realidad (p. 17).

El imaginario, en otras palabras, es todo lo que se piensa y se cree; lo irreal, lo ficticio, la percepción que tienen los individuos, que puede estar tejida con respecto a “algo”, en este caso con relación al turismo y la forma de vivirlo. Puede ser también el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se concretan en torno a un hecho, una sociedad o un espacio en periodos de tiempo determinados. Por ende, es variable. Es algo vivo, un proceso inacabado, sujeto a revisiones, ajustes, cambios y nuevas interpretaciones de hechos transcurridos en el tiempo.

Por su parte, se puede decir que el imaginario turístico es aquella parte de la representación social enfocada al hecho turístico, es decir, a las diversas manifestaciones del proceso de viajar, conocer, explorar un lugar, divertirse, respirar aire puro, tener sensaciones extremas, entre otras actividades; esto significa que en una parte de nuestra mente vamos guardando todas esas percepciones. En consecuencia, el imaginario sobre el turismo no es independiente del imaginario en general y de otras percepciones, sino que se crea y se recrea en las propias experiencias vividas con gran subjetividad, cargado en ocasiones de una mirada etnocentrista y a la vez relativista cultural; es, por tanto, un poco complejo.

Finalmente, a luz del turismo, el imaginario es algo vivo que percibe tanto el viajero, quien observa, vive, acorde con su propia experiencia y sus interpretaciones de la realidad vivida; como los pobladores residentes, toda vez que el encuentro propicia la influencia que se puede ejercer sobre los individuos, sobre la forma de hacer y ver el turismo.

También cabe anotar que cada sociedad tiene su forma de percibir el imaginario turístico, dependiendo de su historia vivida, su ubicación geográfica y su desarrollo comercial, tecnológico y científico. El turismo y su imaginario

también contribuyen a la significación y re-significación que la cultura da en cada contexto y momento histórico.

Para el análisis del componente sociocultural, la investigación adopta una perspectiva etnográfica que permite hacer una reconstrucción de carácter cualitativo y descriptivo: así interpreta y reconstruye desde la perspectiva de los mismos actores y en sus escenarios naturales sus estilos de vida, comportamiento social y cultural en la actividad turística, en la medida que se pueda captar la subjetividad como espacio de construcción en las costumbres que trae consigo el turista para tratar los recursos naturales. Por eso, Geertz (1996) dice que “hacer etnografía es establecer relaciones, seleccionar a informantes, transcribir textos, establecer genealogías, trazar mapas del área, llevar un diario, etc.” (p. 21). Es como tratar de leer (en el sentido de interpretar un texto).

Desde estas consideraciones, la investigación opta por un enfoque de tipo comprensivo, como lo expone Sandoval (1997):

La captación, del sentido de lo que el otro o los otros quieren decir a través de sus palabras, sus silencios, sus acciones y sus inmovilidades a través de la interpretación y el diálogo, si no también, la posibilidad de construir generalizaciones, que permitan entender los aspectos comunes a muchas personas y grupos humanos en el proceso de producción y apropiación de la realidad social y cultural en la que desarrollan su existencia (p. 32).

La investigación entonces centra su análisis desde la revisión de imaginarios de residentes (incluye pobladores, empresarios y otros actores del turismo), recogiendo percepciones sobre cuatro categorías centrales: percepción y valoración de la influencia sociocultural generada por el desarrollo turístico en la región, conocimientos y comprensiones asociadas al concepto de sostenibilidad, acciones de gestión sociocultural y empresarial implementadas desde variables e indicadores escogidos —sólo a empresarios—, y dificultades y obstáculos para el desarrollo turístico. Los instrumentos que brindan la información

son las entrevistas semiestructuradas a empresarios y a diversos actores de la esfera municipal, encuestas realizadas a trabajadores de empresas turísticas, a residentes y a turistas del área objeto de estudio y guías de observación.

Percepción y valoración de la influencia sociocultural generada por el desarrollo turístico en la región

De acuerdo a la percepción sobre los cambios culturales, se exponen los aspectos positivos y negativos que fueron percibidos desde los imaginarios de los grupos entrevistados.

Los pobladores de los tres municipios (San Gil, Páramo y Curití)

En cuanto al aspecto *positivo*, observan una mayor valoración de la gastronomía, lo que coincide con la apreciación de los entrevistados del sector de restaurantes, quienes dicen fortalecer la gastronomía regional con la preparación de platos típicos que se ofrecen en un número representativo de restaurantes, al tiempo que promueven la recuperación de la tradición artesanal.

Con respecto a lo *negativo*, la mayoría de los encuestados percibieron que hay poco interés por el rescate de sus manifestaciones culturales. Como en todos los casos de desarrollo cultural, se presentan problemas sociales como el robo y la prostitución.

Desde la *percepción cultural*, el siguiente esquema sintetiza el imaginario o percepción presentada por los entrevistados sobre los cambios positivos y negativos.

Los empresarios (hoteleros, restauranteros, operadores de deportes de aventura)

En la percepción de este grupo, se concibe que las costumbres de los habitantes se han transformado de forma *positiva*: la gente se ha vuelto más amable, cordial y atenta. Además existe un aumento en el cuidado y la preservación de las áreas atractivas para el turista; hay capacitación para los/las agentes comprometidos/as con el turismo; hay más empleo, educación y

crecimiento de la economía y el comercio en general. De otra parte, se evidencia la valoración de las festividades de Semana Santa; mayor inversión en infraestructura; conservación de la arquitectura clásica en los sitios de interés histórico; planeación en los servicios públicos y variedad de servicios eco-turísticos.

Entre los cambios percibidos desde lo *negativo* se encuentran: la falta de control con relación al reciclaje, el daño ambiental y la ausencia de políticas para preservar y embellecer los lugares turísticos y para la conservación de un patrón arquitectónico. También se encuentran opiniones acerca de la falta de control en la construcción de nuevos hoteles que, en muchos casos, perjudica a los ya existentes.

Por otro lado, los empresarios manifiestan su inconformidad debido a la contaminación auditiva; también, por la inseguridad que se ha generado con la llegada de población delincinencial y la pérdida de sanas costumbres de los residentes.

Todos estos elementos planteados por los empresarios y hoteleros de los lugares de la investigación, hacen parte de la recepción del turismo y de la variedad de oportunidades que se pueden ofrecer al visitante; y afectan, tanto positiva como negativamente, a las regiones receptoras. En consecuencia, son determinantes al presentar el llamado *impacto social*, particularmente cuando no se involucra a la población receptora, la cual se puede sentir desplazada de

TABLA 1. Percepciones de los pobladores sobre cambios positivos y negativos

Cambios positivos	Cambios negativos
Fortalecimiento de la identidad y apropiación de la cultura	Adopción de otros elementos de identidad cultural (música, bailes, lenguajes en las nuevas generaciones)
Valoración de la gastronomía	Abandono de prácticas tradicionales
Recuperación de las prácticas artesanales	Poco interés por la valoración y rescate de la identidad cultural
	Problemas sociales (robo, prostitución)

FUENTE: Equipo investigador

sus lugares de origen. Es por esto que las sociedades afectadas por el turismo deben trabajar más en la preservación de la cultura inmaterial, en cuanto ella es más vulnerable por los rápidos cambios acontecidos gracias a la relación cultural propiciada por el encuentro turístico.

Los especialistas y autoridades del turismo

Son muchos los cambios que ha generado el turismo en el área de San Gil y municipios cercanos. Este grupo reconoce como *positivo*, el fortalecimiento de la gastronomía; el mejoramiento en las vías de acceso; el crecimiento de la oferta hotelera y de otros mercados, en gran parte generado por el retorno de sangileños que se encontraban fuera; la gran influencia que esta actividad ha generado sobre las expectativas de la gente; y el desarrollo de la región, la educación y las actividades comerciales. A diferencia de la percepción de los pobladores, algunos expertos consideran que se ha dado un impulso a la recuperación de eventos y manifestaciones alrededor de la pintura y la danza.

Como factores *negativos*, este grupo reconoce la pérdida de valores, de vecindad y de buenas costumbres, ya que el turismo ha generado un ambiente propicio para el consumo de bebidas alcohólicas y sustancias alucinógenas, prostitución y robos, influenciando negativamente el comportamiento de las familias. De igual forma, se reconoce un gran cambio en la vida nocturna de la ciudad, aspecto que se contempla desde dos puntos de vista: por un lado, favorable en cuanto a la posibilidad de recreación para los habitantes; por otro lado, perjudicial, especialmente para aquellos pobladores que viven alrededor del parque, porque el ruido ha generado la irrupción del tiempo de descanso y del ambiente de tranquilidad de la ciudad.

Otro aspecto interesante por analizar es que estos especialistas y autoridades del turismo de la región —a diferencia de la percepción de empresarios, algunos pobladores y turistas— consideran que no se ha generado cambio o avance con respecto a la actitud y atención al visitante. Como lo afirma uno de ellos: “No dejamos de ser santandereanos”, aspecto que consideran negativo pues

genera en el visitante mala imagen sobre la calidad de la región.

Conocimientos y comprensiones asociadas al concepto de sostenibilidad

Las comprensiones sobre el concepto de *turismo sostenible* tienen su inicio al comienzo de los años sesenta, cuando aparecen nuevas aproximaciones al tema turístico desde perspectivas críticas y medioambientales. Sin embargo, es hasta principios de la década de los noventa cuando se plantea la sostenibilidad en el turismo. En efecto, en el 41º Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo, celebrado en 1991 bajo el epígrafe de Turismo Cualitativo, se plantea la complejidad del estudio de la sostenibilidad del turismo y, en tal sentido, éste fue descrito como un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos.

La abundancia de información y de aportes desde todos los ámbitos (político, científico y empresarial) en relación con el turismo y la sostenibilidad, tiene su mayor auge a partir de la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro en 1992, en la que el desarrollo sostenible se reconoce como el eje para cualquier estrategia de los sectores de la economía —incluido el turismo—, de modo que se garantice el bienestar social, medioambiental y la bonanza económica.

Sin embargo, por la complejidad aludida al término de *sostenibilidad*, aplicado también a un sector que tiene múltiples implicaciones en la economía, el ambiente y el desarrollo sociocultural, es difícil comprender y reconocer la magnitud de las acciones de gestión que se requieren para alcanzar el ansiado *turismo sostenible*. A menudo, existe una confusión sobre el concepto y tiende a ser asociado con medidas ambientales y de rentabilidad económica, desconociendo la responsabilidad frente al desarrollo social y cultural.

De igual forma, se limita el concepto a acciones de planeación y ejecución, olvidando que el logro del turismo sostenible requiere de un proceso dinámico, de adaptación y revisión permanente, como lo expresa Eugenio Yunis Ahués,

Jefe de Desarrollo Sostenible de la Organización Mundial del turismo —OMT—:

Para asegurar un turismo sostenible se requiere un proceso continuo de gestión y monitoreo “adaptativo”, aplicado en todas las etapas del proceso turístico, incluyendo sobre todo la gestión, la comercialización, la evaluación de resultados, etc.; esto es necesario pues, a medida que los destinos se desarrollan y se popularizan entre un mayor número de turistas, aparecen nuevos problemas y habrá que encontrar nuevas soluciones, apoyados en nuevos desarrollos tecnológicos. En otras palabras, el imperativo de la sostenibilidad en turismo requiere de una actitud vigilante y de mecanismos de supervisión permanentes que, con la ayuda de un sistema de indicadores de sostenibilidad, verifiquen periódicamente el estado medioambiental, social y económico de los destinos (2004, p. 4).

En tal sentido, consideramos que la poca comprensión y conocimiento del término de sostenibilidad turística —dada su complejidad— es un factor que puede limitar las acciones de gestión, en este caso, de los empresarios vinculados al sector. Por tal razón, este aspecto ha sido tomado a consideración en la investigación.

Se encuentra que para una buena parte de los empresarios turísticos entrevistados (50%), el turismo sostenible está relacionado con el tema ambiental, en muchos casos específicamente asociado al manejo de residuos sólidos; en otros casos (20%) se considera como parte de las estrategias de calidad en la atención y el servicio que le permiten a la empresa competir y mantenerse en el mercado; es decir, está asociado con variables de tipo económico. El desconocimiento del término y sus implicaciones también fue otro de los resultados encontrados, en el caso de 30% de los empresarios entrevistados.

Con este referente, es fácil comprender los resultados de la revisión de factores de gestión ambiental presentados en la primera parte del documento, donde se aprecia que las acciones de los establecimientos se enfocaron,

prioritariamente, en el manejo de los residuos y de los recursos: agua y energía.

También es interesante percibir que la mayor parte de los empresarios consideran que ellos no son los responsables de los cambios generados en el municipio, desde el punto de vista ambiental ni cultural, pues según su percepción, ellos no son generadores de impactos; en algunas ocasiones se responsabiliza directamente al turista.

Acciones de gestión frente al componente sociocultural adoptadas por los empresarios

Esta información recoge el resultado de la exploración de acciones de gestión sociocultural que fueron percibidas a partir del reconocimiento de algunos de los indicadores de sostenibilidad propuestos por la OMT (1995): la comunicación y participación para la prestación de servicios, beneficios al trabajador, la comunicación y participación en espacios de interacción social y la gestión administrativa.

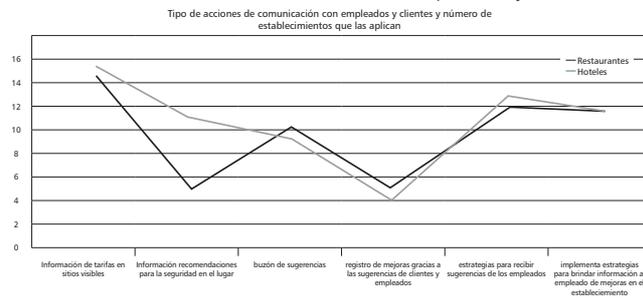
Las acciones de comunicación más implementadas por los establecimientos en general son: la información de tarifas y servicios a sus clientes y empleados. Los hoteles trabajan más sobre la información para la seguridad del turista mientras que los restaurantes lo hacen en las sugerencias de sus clientes para mejorar.

Los establecimientos hoteleros brindan mejores condiciones para la salud, así como un escenario laboral más favorable que los restaurantes, en aspectos como afiliaciones a seguridad social, posibilidades de capacitación y satisfacción percibida con respecto a la remuneración.

Existe una mayor formalidad en los establecimientos hoteleros que en los restaurantes, así como mayor pertenencia a asociaciones gremiales; sin embargo, el porcentaje de participación en dichas asociaciones es menor que en los restaurantes.

Muy poco es el trabajo sobre la estandarización y certificación de procesos (44% en hoteles y 50% en restaurantes). Frente a los demás indicadores, las acciones de gestión pueden

FIGURA 1. Acciones de comunicación con empleados y clientes



FUENTE: Equipo investigador

FIGURA 2. Acciones de gestión empresarial



FUENTE: Equipo investigador

considerarse como nulas, ya que no se muestra coherencia en lo planteado por los establecimientos. Los representantes de ambos sectores manifiestan apoyar la investigación, principalmente facilitando la información.

Dificultades y obstáculos para el desarrollo turístico

El crecimiento de la actividad turística involucra la participación de múltiples actores, cada uno con visiones, responsabilidades, intereses y, por supuesto, necesidades distintas; por tanto, su desarrollo requiere de procesos de concertación e identificación de intereses colectivos que permitan dinamizar y generar compromisos que muevan a la acción.

Sin embargo, lograr el trabajo y compromiso interinstitucional y empresarial no es una tarea fácil, y en la región de San Gil, Páramo y Curití, así lo perciben los involucrados al mencionar, con gran claridad, obstáculos que han dificultado la cohesión y fortalecimiento de la actividad turística que se realiza actualmente.

Desde los imaginarios de los empresarios de hoteles y agencias de viajes, uno de los principales problemas que se evidencian en el área es la competencia desleal, pues los empresarios consideran que no se respetan los precios, la calidad y la seguridad a la hora de prestar los servicios. Además, los empresarios hoteleros afirman la existencia de muchos establecimientos que abren sus puertas en la denominada “temporada alta”, que no se encuentran legalmente constituidos y no tienen en cuenta la calidad en la prestación del servicio, generando mala imagen e insatisfacción del turista. Igualmente, las operadoras de deportes de riesgo controlado manifiestan que no hay cumplimiento de las normas legales, ni tampoco la conciencia sobre la importancia del buen estado de los equipos para prestar un servicio mejor y más seguro, lo que ha generado muchas quejas por parte de los usuarios.

La poca credibilidad en cuanto al cumplimiento es otro de los factores que se ha convertido en una dificultad considerable, pues muchos de los empresarios manifiestan que en las reuniones se hacen acuerdos que posteriormente no se cumplen, situación que se ha vuelto muy común pues no hay respeto a la palabra ni a los compromisos adquiridos tanto por los empresarios como por las instituciones públicas, generando un ambiente de desconfianza y por supuesto de desinterés por las reuniones que se programan y los proyectos que se proponen.

Asimismo, la capacitación se manifiesta como una gran debilidad, para algunos porque hasta el momento en ella no se involucra a todos las personas que de una u otra forma prestan un servicio al turista (taxistas, farmaceutas e incluso los vendedores de la plaza de mercado, entre otros); para otros, el problema de la capacitación radica en que no es práctica y pertinente para las necesidades, pues aunque diferentes instituciones (UNISANGIL, Sena, Cámara de Comercio) ofrecen gran cantidad de programas, éstas se han dedicado a replicar información ya conocida y no se enfocan en las necesidades reales de los prestadores de servicios, por lo cual, en ocasiones, se torna repetitiva y poco funcional; en otros casos, el poco presupuesto que se tiene para invertir en las soluciones que

se plantean en dichos procesos se convierte en la principal desmotivación de los empresarios.

Otro de los obstáculos reconocidos por los empresarios, cuya solución consideran que no está en manos de ellos, es el transporte, pues el tránsito de vehículos pesados por una vía angosta, la falta de espacios de parqueo y la congestión vehicular en los espacios públicos del municipio, es una situación que se percibe como caótica tanto por turistas como por residentes.

Por su parte, los especialistas y autoridades del turismo consideran que la capacitación es una de las mayores dificultades, pues el empirismo en el montaje de establecimientos de venta de comidas y hospedaje, ha hecho que la calidad y la cualificación en la prestación de buen servicio no sean tenidos en cuenta como factores determinantes de la satisfacción del turista y de competitividad regional.

El control externo de seguridad en los prestadores de servicios turísticos (deportes de riesgo controlado), es una gran debilidad actual, pues no se vigila el cumplimiento de condiciones exigidas para equipos, normas y reglamentos de aplicación básica; igualmente, la inexistencia o no aplicación de estándares de calidad, las dificultades viales, la falta de servicios de telecomunicaciones, servicios bancarios (data center) y la forma de promocionar los productos que en muchas ocasiones generan falsas expectativas, son también, al modo de ver de los especialistas y autoridades turísticas, obstáculos actuales que presenta la actividad turística de San Gil y el área de influencia.

Conclusión

La percepción de los residentes vislumbra al turismo como el causante de múltiples tensiones que permiten ubicar —según el modelo de Doxey (citado por Crosby y Moreda (1994)— al municipio en la etapa de *apatía*, dado que en sus percepciones los residentes han considerado aspectos favorables (fortalecimiento de la gastronomía y tradiciones artesanales, incremento de empleo, capacitación, infraestructura e inversiones) y desfavorables (congestión vehicular, poco interés por el rescate cultural, contaminación

auditiva y residual, problemas sociales, inseguridad, prostitución), que se manifiestan como síntomas perjudiciales de la evolución de la actividad turística en el área estudiada. Por ello, se recalca que el proceso de gestión de los destinos turísticos debe tener como obligatoria referencia la búsqueda constante de la mejora del bienestar y de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad local.

Las acciones realizadas por los empresarios sobre la comunicación interna, beneficios a los trabajadores y gestión administrativa, son prácticamente nulas. Se cumple escasamente con aquellos requisitos “obligados” como el registro legal —aunque no en todos los establecimientos—, la publicación de tarifas y, en menor grado, la afiliación de empleados a servicios de salud. La interacción con el entorno es mínima; escasamente se reduce a favorecer la investigación, facilitando la información necesaria. De otra parte, no se cuenta con asociaciones gremiales que orienten el desarrollo de regulaciones tarifarias y estándares de servicios. Finalmente, las principales dificultades percibidas por los residentes son la competencia desleal, el incumplimiento a los compromisos, el empirismo y la capacitación poco efectiva para las necesidades existentes.

Referencias

- Colombo, E. (1993). *El imaginario social* (3ª ed.). Montevideo: Altamira.
- Crosby, A. y Moreda, A. (1996). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales naturales*. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.
- Geertz, C. (1996). *La interpretación de la cultura*. Barcelona: Paidós.
- OMT (1995). *Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.
- Sandoval, C. (1997). *Investigación cualitativa*. Bogotá: Icfes.
- Yunis Ahués, E. (2004). *El imperativo de la sostenibilidad en el turismo del siglo XXI*. Conferencia desarrollada en el Forum Universal de las Culturas, Barcelona, España. Consultado el 15 de junio de 2010 en: http://www.barcelona2004.org/www.barcelona2004.org/esp/banco_del_conocimiento/docs/PO_24_ES_YUNIS.pdf