



Vol. 12, Nº 26 (junio/junho 2019)

## **BREVES APORTACIONES CONCEPTUALES SOBRE INVENTARIOS TURÍSTICOS EN AMÉRICA LATINA Y ECUADOR**

**César Santana Moncayo<sup>1</sup>**  
Universidad Tecnológica ECOTEC  
Docente Titular Auxiliar 2  
csantana@ecotec.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

César Santana Moncayo (2019): "Breves aportaciones conceptuales sobre inventarios turísticos en América Latina y Ecuador", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 26 (junio/junho 2019). En línea:  
<https://www.eumed.net/rev/turydes/26/inventarios-turisticos.html>  
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes26inventarios-turisticos>

### **Resumen**

El presente escrito pretende aportar una breve revisión bibliográfica e histórica sobre algunas metodologías de inventarios turísticos utilizadas con frecuencia en América Latina y Ecuador, su importancia en la planificación turística, y las características que poseen. El escrito inicia con una explicación sobre el turismo y la planificación desde la perspectiva municipal, luego explica la importancia de la planificación turística y de los inventarios, la diferencia entre recurso y atractivo, las metodologías de realización de inventarios turísticos, y una comparación entre lo que se realiza en Chile, Perú y Ecuador, pero mencionando la metodología original de OEA CICATUR.

El objetivo general propuesto para esta breve investigación es: plantear, desde el punto de vista bibliográfico, una aportación teórica a la temática de la realización de inventarios turísticos, a través de la revisión de libros y artículos científicos enfocados en ese tema. Como objetivos específicos están: a) Identificar los puntos importantes de la planificación turística basados en la realización de inventarios turísticos; y, b) Comparar las metodologías de realización de inventarios turísticos en al menos tres países de América Latina.

---

<sup>1</sup> Licenciado en Turismo de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Magister en Docencia y Gerencia de la Educación Superior. Docente Universidad ECOTEC desde 2013. Investigador de la actividad turística, ha publicado artículos científicos en revistas de Ecuador y España, y participado en congresos nacionales e internacionales con diferentes ponencias.

El escrito que se presenta en estas líneas es parte del proyecto de vinculación con la sociedad denominado "Desarrollo de la Identidad samborondeña a través de la actividad turística", promovido por la Universidad Tecnológica ECOTEC, con apoyo de la Municipalidad de Samborondón, en Ecuador.

**Palabras claves:** Inventario – Turismo – Planificación - Desarrollo

### **A brief conceptual contribution on tourism inventories in Latin America and Ecuador**

#### **Abstract**

This paper intends to provide a brief bibliographical and historical review of some tourism inventory methodologies frequently used in Latin America and Ecuador, their importance in tourism planning, and the characteristics they possess.

The paper begins with an explanation about tourism and planning from the municipal perspective, then explains the importance of tourism planning and inventories, the difference between resources and attractions, the methodologies for conducting tourist inventories, and a comparison between which is carried out in Chile, Peru and Ecuador, but mentioning the original methodology of OEA CICATUR.

The general objective of this investigation is: propose, from the bibliographic point of view, a theoretical contribution to the theme of the realization of tourist inventories, through the revision of books and scientific articles focused on that subject. The specific objectives are: a) Identify the important points of the tourist planning based on the realization of tourist inventories; and, b) Compare the methodologies for conducting tourist inventories in at least three countries in Latin America.

The writing presented in these lines is part of the project of linkage with the community called "Development of Identity Samborondeña through tourism activity", promoted by the Technological University ECOTEC, with support from the Municipality of Samborondón, in Ecuador.

**Key words:** Inventory – Tourism – Planning – Development

#### **Objetivo general del presente escrito**

Plantear, desde el punto de vista bibliográfico, una aportación teórica a la temática de la realización de inventarios turísticos, a través de la revisión de libros y artículos científicos enfocados en ese tema.

## **Objetivos específicos**

- a) Identificar los puntos importantes de la planificación turística basados en la realización de inventarios turísticos.
- b) Comparar las metodologías de realización de inventarios turísticos en al menos tres países de América Latina.

### **1. Importancia del turismo, desde el punto de vista de la gestión municipal**

En el mundo globalizado actual, los municipios, comunidades y parroquias (en sus diferentes aspectos de gobernabilidad y gobernanza), se vuelven referentes del manejo de sus propios atractivos turísticos, sean estos naturales o culturales. A esta escala (municipios relativamente pequeños o comunidades), el turismo puede ser observado en toda su magnitud: desde la opinión de la población local hasta el sentir del turista nacional o extranjero que arriba al sitio (Organización Mundial de Turismo, 1999).

Por supuesto, esta misma globalización hace que los territorios se conviertan en un actor de la competitividad, entendida esta como la identificación o creación de ventajas competitivas, que se deben construir, necesariamente, desde el conocimiento de la geografía local y la innovación constante del espacio a estudiar. (Otero Urieta, 2007).

Sin embargo, no se puede desligar el desarrollo territorial del desarrollo regional y este del desarrollo local, en el sentido que, desde la comunidad, el desarrollo económico, social, ambiental, depende fuertemente de las leyes y reglamentos que provienen del poder central, pero que tiene también su fuerza en las características de ese territorio local, que puede variar en tamaño, ya que desde un cantón, la comuna es lo local, y desde una provincia, un cantón puede ser considerado "local", e igualmente, el país entero considera, a cada una de sus provincias, como algo local. (Boisier, 2003). El turismo, por supuesto, no puede abstraerse de este sistema de desarrollo: se acuña, entonces, el término "glocal" (lo global en lo local), ya que nuestros países latinoamericanos "...han ido conformando una personalidad propia, particularmente al introducir aspectos culturales y étnicos de corte afectivo..." (Reinoso, Sánchez Mora, & Tagüeña, 2005).

El turismo en particular, está atravesando por un momento en que, al parecer por la propia conducta de los turistas, empieza a desarrollar mucho más la idea de lo local, un turismo más relacionado con la experiencia real, la calidad, calidez y "lenticidad" de lo vivencial, donde los turistas han comprendido la importancia de valorar el patrimonio local y el paisaje como un valor y una fuente de atracción, mientras que los habitantes locales observan a la actividad turística como un "...factor de calidad de vida, de desarrollo y de identidad territorial" (Rivera Mateos, 2013).

Precisamente por esta característica de valoración del turismo local y sus características, que nacen y se fortalecen desde sus bases –los habitantes locales, las particularidades de la geografía local- es que el desarrollo del turismo debe ser un proceso netamente colaborativo, ya que las mismas familias, los grupos, todo el capital social de los territorios “...Son portadores de actitudes de cooperación, valores, tradiciones, visiones de la realidad, que son su identidad misma” (Otero Urieta, 2007).

En esta línea de pensamiento aparece, como concepto, el turismo sostenible, que es “...aquél que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro...” (Organización Mundial del Turismo, 1996).

El turismo sostenible también “...se concibe así como un modelo de desarrollo con énfasis en la economía, pero que al mismo tiempo está basado en la cultura local, recursos naturales y patrimonio cultural...” (Cardoso Jiménez, 2006). Como ya se ha mencionado previamente, la base para la creación de una oferta de turismo sostenible y que al mismo tiempo sea de interés para el turista, necesariamente debe pasar por el ámbito de la cultura local y patrimonio cultural, sin obviar, por supuesto, el entorno natural.

En efecto, al evaluar el territorio, se debe analizar la oferta (recursos / atractivos junto con servicios básicos y complementarios), la demanda (personas que solicitan esa oferta), los competidores y las tendencias del mercado, de tal forma que pueda todo esto concebirse como un destino turístico, es decir, “...una zona o área geográfica que es visitada por el turista y que cuenta con límites físicos, políticos y de percepción por parte del mercado...” (Roselló Busó, 2017). Un destino turístico será exitoso cuando pueda satisfacer a un mercado, y, al mismo tiempo, pueda adaptarse a las necesidades de ese mismo mercado.

Pero para comprender a cabalidad que significa un destino turístico, es necesario desagregarlo en sus partes principales. En general, un destino turístico está compuesto por (Roselló Busó, 2017):

- a) Los atractivos turísticos: potencialidades geográficas, histórico – monumentales y culturales que posee un territorio, en cantidad y calidad suficiente que puede atraer a un grupo de visitantes.
- b) Infraestructuras: elementos físicos, ya sean públicos o privados, que son necesarios para que el turista pueda acceder al territorio turístico. En la gama de infraestructura se aprecian: carreteras, servicios de salud, de telecomunicaciones, señalización, energía, y todo aquello que permita el desarrollo de la actividad y la comodidad del turista.
- c) Productos turísticos: Bienes y servicios que se ofertan para que el turista disfrute del territorio escogido. Además de los ya mencionados atractivos e infraestructuras, aquí

se deben incluir también a la denominada planta turística: restaurantes, hoteles, agencias de viajes y operadores turísticos, empresas relacionadas con el turismo y el entretenimiento en general.

- d) Empresas complementarias y servicios generales: Elementos públicos y privados que se necesitan para garantizar la seguridad de los visitantes.

Ahora bien, si se quiere desarrollar correctamente un territorio, es necesario analizar, en un principio, la calidad de sus atractivos turísticos, mediante métodos que sean lo más objetivos posible, descartando la posibilidad de obviar características que podrían ser irrepetibles en otros contextos geográficos. Una de las principales herramientas que se han desarrollado para cumplir con esta tarea son los inventarios de atractivos turísticos, y la jerarquización de los mismos.

Así mismo, los inventarios turísticos –de cuya importancia se explicará más en este escrito- son parte fundamental del proceso de planificación territorial. Y aunque se entiende que la planificación es un proceso que debe nacer necesariamente de los organismos públicos de control de la actividad turística, también a este se pueden sumar actores privados, ya que debe ser entendida como una recopilación de voluntades que buscan un bien común (Antón Clavé & González Reverté, 2005).

La planificación turística permite al territorio identificar, mediante la realización de un correcto inventario turístico, y la jerarquización de sus atractivos, el o los tipos de productos turísticos que puede desarrollar y promocionar en su territorio, además de comprender el tipo de mercado al que debe dirigirse; y, en un esquema mucho más compenetrado con la localidad y la población, puede hasta conocer el tipo de operador turístico que desea que labore en su territorio.

Una breve descripción de lo que significa la planificación turística territorial se la encuentra en los diversos autores que han dejado sus ideas plasmadas en distintos escritos, a lo largo de la breve historia del turismo como objeto de estudio. Entre estos autores se puede mencionar (Crosby, 2009):

- a) Ander Egg indica que planificar es prever racionalmente las acciones a realizar en función de los recursos y los objetivos que se quieren lograr para generar transformaciones. Este concepto basa el accionar de la planificación en los recursos (en el caso de esta actividad, los turísticos) y los objetivos a los que el territorio, a través de sus gobernantes y población local, se han planteado, pero para lograr alguna transformación, que se espera, sea positiva. De ahí, nuevamente la importancia de la planificación participativa como mecanismo para comprender la realidad de los actores involucrados en el sistema turístico identificado.

- b) Murphy indica que la planificación también debe involucrar la parte social, ya que esta debe promover un desarrollo ordenado que privilegie los beneficios sociales, económicos y ambientales, mediante una secuencia ordenada de operaciones, encaminada a conseguir uno o varios objetivos.
- c) Inskoop sostiene que la planificación turística debe ser un proceso flexible, que aterriza en un plan o en política, que deben mantener esa flexibilidad para adaptarse a las cambiantes condiciones de los destinos.

Con estos conceptos, se puede deducir que la planificación turística debe tomar en cuenta la gobernabilidad local, la identificación y opinión de los actores locales, los fines que se proponen, a nivel de territorio y turísticos esos mismos actores locales, para crear un documento que es una hoja de ruta para el desarrollo de los destinos turísticos, pero que al mismo tiempo es una herramienta flexible, fácilmente adaptable a los continuos cambios, tanto de las condiciones de esos destinos, como de la demanda que los solicita.

En relación a la planificación turística como proceso estratégico y participativo, vale la pena mencionar que el caso del cantón Samborondón es bastante peculiar, ya que presenta un espacio geográfico donde todavía se puede encontrar la cultura montubia ancestral, con características propias del turismo comunitario y rural, y una parroquia satélite (La Puntilla), donde se observa un marcado desarrollo urbanístico, con presencia de variados centros comerciales, un teatro, un parque temático y una gran diversidad de espacios gastronómicos, por lo que, como puede intuirse, la planificación turística territorial y la integración de los diversos tipos de poblaciones locales es bastante compleja.

## **2. Importancia de los inventarios turísticos**

Un inventario turístico es el "...catálogo de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada" (Bote Gómez, 1990). Es "...un análisis ordenado y sistematizado que permite la identificación, catalogación, ordenación y evaluación de los recursos turísticos de una zona..." (Martínez Ruiz, Ramírez Valverde, Juárez Sánchez, & Rojo Martínez, 2010), y también la identificación de otros recursos que pueden convertirse en parte de la oferta turística de la zona de estudio.

La realización de inventarios turísticos inició en 1978, pero se plasma efectivamente cuando la Organización Mundial de Turismo (OMT) edita una publicación denominada "Evaluación de los recursos turísticos", donde ya se expresa la preocupación por crear y conservar un listado detallado de los recursos turísticos, y que medidas deben adoptarse para su cuidado y conservación (Martínez Ruiz, Ramírez Valverde, Juárez Sánchez, & Rojo Martínez, 2010).

Con esta preocupación existente, la OMT y la Organización de Estados Americanos crearon una metodología que permite la realización del inventario turístico, y al mismo tiempo, su jerarquización. Esta metodología proponía cuatro apartados fundamentales para la realización de este tipo de investigación turística:

- a) Identificación del recurso: como su nombre lo indica, recoge datos que permite conocer dónde está el recurso, como llegar, localizarlo y tipificarlo.
- b) Características del recurso: donde se colocan datos relacionados con la descripción del recurso y su relación con algún grado de desarrollo turístico, en caso que existiera.
- c) Valoración del recurso: aquí se indica el potencial del recurso, o su valor actual, su funcionalidad dentro del sistema turístico y los posibles conflictos que existieran sobre su uso o comercialización.
- d) Observaciones: un espacio para describir comentarios, sugerencias o propuestas relacionadas con la función actual, potencial o futura que se haya identificado en el atractivo.

Cada apartado, a su vez, presenta una serie de datos que se deben colocar para una correcta recolección de la información. Estos se presentan en la siguiente tabla (Martínez Ruiz, Ramírez Valverde, Juárez Sánchez, & Rojo Martínez, 2010):

<b>a) Identificación del recurso:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivo o recurso: nombre del recurso.</li> <li>• Área: área funcional turística en la que se encuentra el recurso.</li> <li>• Mapa: número del mapa escala en el que podemos localizar el recurso.</li> <li>• Coordenadas UTM: coordenadas de el punto del mapa en el que se encuentra el recurso.</li> <li>• Código foto: código de la foto del recurso para su localización.</li> <li>• Código ficha: código de la ficha para su localización en la base de datos e identificación.</li> <li>• Símbolo: se asignara un símbolo a cada tipo de recurso para su identificación en un mapa.</li> </ul>
<b>b) Categoría:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Categoría del recurso.</li> </ul>
<b>c) Jerarquía: Se refiere a la jerarquía del recurso. Las jerarquías que establece son cinco:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jerarquía 1: recursos que no tienen un valor por si mismos si no que complementan a</li> <li>• otros recursos o que forman un recurso de mayor rango entre vario de esta misma categoría.</li> <li>• Jerarquía 2: son recursos que motivan corrientes turísticas locales.</li> <li>• Jerarquía 3: son recursos que motivan corrientes turísticas regionales.</li> <li>• Jerarquía 4: son recursos o atractivos reconocidos a nivel nacional.</li> <li>• Jerarquía 5: son recursos que tienen un atractivo excepcional y son reconocidos a nivel internacional.</li> </ul>
<b>d) Ubicación y localización</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se especificara la ubicación espacial del recurso.</li> </ul>
<b>e) Organismo responsable</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es el organismo propietario del recurso.</li> </ul>
<b>f) Características del recurso:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción: descripción física del recurso.</li> <li>• Especificidad: se indicará en caso de que el recurso tenga una utilidad turística singular. Por ejemplo, la especificidad de un árbol monumental será observación de la flora.</li> <li>• Accesibilidad: se señalará la condición general de los accesos para llegar hasta el recurso. A la hora de valorar la accesibilidad se tendrá en cuenta sobre todo la proximidad a una carretera y la calidad de esta, el tiempo necesario para realizar un desplazamiento, y la proximidad o lejanía a los principales centros emisores.</li> </ul>
<b>g) Infraestructura turística</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Señalización: se valorará la señalización que nos indique la ubicación de los recursos y de los servicios que con este puedan relacionarse.</li> <li>• Servicios de información: se valorará la existencia de servicios de información.</li> <li>• Equipamientos y servicios: se evaluará la existencia de equipamientos y servicios turísticos.</li> </ul>

**Tabla 1: Metodología para inventarios turísticos. OEA, 1979.**

Fuente: (Martínez Ruiz, Ramírez Valverde, Juárez Sánchez, & Rojo Martínez, 2010)

La OMT por su parte, propone una metodología de inventario basándose en los siguientes puntos (Martínez Ruiz, Ramírez Valverde, Juárez Sánchez, & Rojo Martínez, 2010):

- Identificación del recurso.
- Relaciones con otros recursos turísticos y circuitos en lo que se integra.
- Infraestructura específica del recurso.
- Señalización y acceso.
- Servicios de información.
- Equipamiento turístico y servicio existente.
- Calendario y horario de utilización.
- Planificación existente.
- Nivel y grado de utilización.
- Tipo de demanda que la utiliza.
- Propiedad (pública o privada).
- Organismo responsable de su ordenación, conservación y promoción.
- Características particulares de cada recurso.
- Su especificidad en relación con otros recursos de la misma naturaleza.
- Sus facilidades de acceso su proximidad a centros emisores de demanda.
- La importancia actual del recurso en el conjunto de la zona turística en donde se encuentra.
- La existencia de actividades incompatibles, en el presente o en el futuro, con la práctica turística.
- Existencia de líneas directrices en materia de ordenación y de planificación.
- Su aprovechamiento y utilización conveniente.



Por tanto, se puede concluir en esta parte del presente documento, que los inventarios turísticos son de vital importancia y primordiales para el desarrollo turístico de las diferentes regiones, ya que permite identificar recursos con potencialidad, jerarquizar los atractivos existentes y permiten definir el tipo de turismo –o la fortaleza turística- que posee cada área geográfica estudiada. Por supuesto, la realización de este tipo de trabajos, ya en el campo, debe estar coordinado con otras áreas del saber, como por ejemplo, la estadística, para conocer la opinión de los habitantes locales o de los turistas; la biología, para la identificación y clasificación de áreas naturales, protegidas o no – si existieran-; con la arqueología, para posibles prospecciones de sitios históricos o arqueológicos; con la arquitectura, para conocer las particularidades de los centros históricos, en los núcleos urbanos donde se realice la investigación, o el aporte a la cultura de la arquitectura vernácula, en las zonas rurales.

Los municipios y comunidades son los llamados a conocer, interpretar y valorizar sus recursos y atractivos turísticos, sabiendo que es “...imprescindible su análisis y evaluación, para determinar la potencialidad turística de una zona y, en consecuencia, su viabilidad como soporte para el desarrollo de esta actividad” (Camara & Morcate Labrada, 2014). Por tanto, el accionar municipal es vital para el desarrollo de la actividad turística, recordando nuevamente, que esta actividad debe ser siempre participativa, para conocer la opinión de la población local, y su capacidad para comprender la importancia de la actividad turística y su rol como comunidad receptora.

### 2.1. Diferencias entre recurso y atractivo

Muchos autores identifican tanto a recurso como atractivo como aquellos elementos naturales o culturales (y todo el amplio espectro que esto significa), que, mediante cierta transformación – equipamiento, caminos de acceso, colocación de señales o prestación de servicios- permiten su uso y disfrute turístico. Así tenemos, por ejemplo, algunos autores y sus diferentes aportaciones a la conceptualización de recurso y atractivo (Navarro, 2015):

Autor	Año	Concepto
Ramírez Blanco, en base a Zimmermann (1957)	1998	Elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico
Miguel Ángel Acerenza	1984	Identifica los <i>atractivos turísticos</i> como el componente más importante del producto turístico «por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan por tanto, una corriente turística hacia su localización. Constituyen el principal motivo

		para que el turista lo visite (al destino)” y “son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas”
Roberto Boullón	1985	Señala que los <i>atractivos turísticos</i> conforman la “materia prima” que permite que la planta turística (equipamiento e instalaciones) opere.
Manuel Gurría di Bella	1991	Equipara <i>atractivo turístico</i> y <i>recurso turístico</i> , como un mismo objeto con distinta denominación según el sujeto que lo refiera. ambos suponen una «serie de características (propia de “todo lugar que constituya un destino turístico”) que motive el desplazamiento temporal de los viajeros. Estas características desde el punto de vista del visitante se denominan atractivos turísticos, porque Son los que llaman y atraen su atención. Desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante”
OMT (Organización Mundial del Turismo), con base en Zimmermann (1933)	1998	Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda
OMT sobre el Modelo FAS (factores-atractores-sistemas de apoyo)	s.f.	Aquellos elementos que por sí mismos o en combinación con otros pueden despertar el interés para visitar una determinada zona o región. Es decir, sería todo elemento capaz de generar desplazamientos turísticos
Diccionario de Turismo, Hotelería y Transporte	2010	<b>Atractivo turístico:</b> objeto o acontecimiento capaz de motivar a un turista a abandonar su domicilio habitual para trasladarse a conocerlo. <b>Recurso turístico:</b> todo elemento natural o no, capaz de motivar un desplazamiento turístico

**Tabla 2: Conceptos de recurso y atractivo turístico de varios autores**

Para realizar una mejor clarificación de estos conceptos, para este trabajo se acogen las siguientes ideas:

- a) Recursos turísticos son todos aquellos elementos naturales y/o culturales, tangibles o intangibles que existen en un ámbito geográfico determinado, que, de una u otra forma, son parte de la vida cotidiana, costumbres y tradiciones de una zona, y que, para los habitantes locales, representa un motivo de orgullo o de interés.
- b) Atractivos turísticos: aquellos lugares naturales, o elementos culturales (recursos, en general), a los que alguna persona, comunidad, institución o gobierno local ha realizado algún tipo de intervención, en cualquier tipo de grado, para el uso y disfrute de la actividad turística, en cualquiera de sus formas y para una gran variedad de públicos.

Por supuesto, la diferencia entre recurso y atractivo va un poco más allá de los conceptos, puesto que se ingresa al terreno de las perspectivas, tanto del sujeto que observa como del objeto que es observado, o, en el caso del turismo, que es transformado y disfrutado.

El registro en inventarios de los recursos y atractivos turísticos "...supone acciones de reconocimiento y valoración..." (Navarro, 2015), lo que se denomina identificación; y, por otro lado, la conversión de un recurso en un atractivo, mediante la inclusión de una transformación, para hacerlo más vivible y disfrutable, permite la plena identificación de que un recurso deja de serlo cuando se lo transforma, convirtiéndolo en un atractivo.

Sin embargo, como se mencionó anteriormente, es necesario clarificar el alcance de las representaciones que se perciben de los atractivos turísticos, ya que un mismo espacio geográfico, donde se haya identificado un recurso turístico, y que, a su vez, se halla transformado en un atractivo, no va a significar lo mismo para un turista u otro. En otras palabras, los turistas "...no se movilizan para apreciar o conocer un recurso, si no para vivenciar un aspecto simbólico de él. (Navarro, 2015)

La playa es buen ejemplo para demostrar el alcance e importancia de las representaciones: para un turista, ir a la costa a divertirse con las actividades conexas del turismo de sol y playa no es más que combinar descanso y estatus como un valor alcanzable y más disfrutable, que el simple hecho de tomar sol (Navarro, 2015).

También es necesario explorar el concepto de "patrimonio turístico": esto es, según la Organización Mundial de Turismo: "conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer las necesidades turísticas" (citado por: (Morère Molinero & Perelló Oliver, 2013), lo que lleva nuevamente a la necesidad de identificar esos bienes materiales o inmateriales en un catálogo ordenado, que permita la creación de futuros productos turísticos adecuados para una demanda determinada.

## **2.2. Clasificación de los recursos turísticos**

Como se ha observado en este escrito, existen diversas conceptualizaciones sobre lo que significa recurso o atractivo turístico. Así mismo, existen diversas formas de clasificar a estos recursos turísticos, atendiendo a lo que expresen los diferentes autores. En este sentido, se presenta a continuación una breve explicación de variados autores, basada esta información en (Sancho, Buhalis, Gallego, Mata, & Navarro, 1998):

Autor (es)	Año	Tipo de clasificación	Características
Clawson y Knestch	1966	en función de la relación existente entre el tipo de usuarios y las características físicas y ecológicas del recurso:	<p><i>Recursos orientados hacia el usuario:</i> son aquéllos que el propio hombre define como esparcimiento cercano a los núcleos habituales de residencia (parques urbanos, parques recreativos, etc.), es decir, los que realmente no podrían considerarse un recurso turístico en sentido estricto.</p> <p><i>Recursos recreativos de tipo intermedio:</i> son de mayor tamaño que los anteriores ya que exigen un desplazamiento fuera de los núcleos habituales de residencia y que, además, requieren una menor intervención del hombre en su creación y desarrollo (parques nacionales ingleses, zonas protegidas en España, espacios naturales importantes, etc.).</p> <p><i>Esparcimiento y ocio basado en el recurso:</i> se corresponde con zonas especialmente valiosas desde el punto de vista ecológico o paisajístico, cuya ubicación es totalmente independiente de la localización de los núcleos urbanos. Su uso debe ser controlado y medurado.</p>
Burkart y Medlik	1986	En función de los propios recursos	<p><i>Resource-based</i> (recursos propios), capaces de motivar un desplazamiento turístico por sí mismos independientemente de su localización.</p> <p><i>Resource user-oriented</i> (recursos orientados al usuario), en los que la ubicación juega un papel más importante incluso que el propio recurso en sí mismo.</p>
Organización de Estados	1978	Inventario y valorización de los recursos	Espacios Naturales; Museos y

Americanos			manifestaciones culturales históricas; Folklore; Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas; Acontecimientos programados.
------------	--	--	--

**Tabla 3: Clasificación de los recursos turísticos**

De esta clasificación, la más utilizada en la de OEA, la misma que ha servido de referente, durante muchos años, para la elaboración y jerarquización de los inventarios turísticos. En los siguientes apartados, se realizará una explicación de esta y otras metodologías que se utilizan en Latinoamérica, revisando también la de Ecuador, que ha sido la utilizada en esta parte del proyecto.

### **3. Inventarios turísticos en América Latina**

#### **3.1. OEA CICATUR**

Revisando un poco de la historia, con respecto a la creación de esta metodología de realización de inventarios turísticos, que, como se ha mencionado en líneas anteriores, marcó una pauta en América Latina, se debe indicar que esta surge en 1978, cuando la Organización Mundial de Turismo planteó la necesidad de contar con una herramienta adecuada para clasificar e inventariar los recursos turísticos de las diversas zonas, que, al mismo tiempo, funcione como un documento que permita proponer medidas de protección y aprovechamiento de esos recursos.

Años antes, en 1973, se había formado el Centro de Investigación y Capacitación Turística, que surgió por el acuerdo suscrito el 8 de marzo de aquel año entre la Secretaría General de la Organización de Estados Americanos (OEA) y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, debido a la Resolución 39/72 de la VIII Reunión Anual del Consejo Interamericano Económico y Social de la OEA, que se efectuó en la ciudad de Bogotá entre el 30 de enero al 8 de febrero de 1973. (Varisco, Castellucci, & al., 2014). Este centro se inauguró el 16 de mayo de 1974, en la ciudad de México, siendo su primer director el arquitecto Roberto Boullón, conocido autor de varios libros relacionados con la planificación turística. Luego de cinco años, en 1979, se renovó el acuerdo para que este centro de investigación siga funcionando durante otro quinquenio, dirigido esta vez por el profesor Miguel Ángel Acerenza, quien estuvo en funciones hasta la culminación de las actividades de este centro. (Varisco, Castellucci, & al., 2014).

De la metodología realizada por CICATUR, cabe mencionar que sus contribuciones fueron de gran importancia para América Latina, ya que por primera vez se pudo contar con un manual técnico para crear y jerarquizar inventarios turísticos. Esta metodología organiza los recursos en cinco categorías (Varisco, Castellucci, & al., 2014) y (Roselló Busó, 2017):

Categorías	Concepto	Tipos y subtipos
<b>Sitios Naturales</b>	Comprende los elementos de la naturaleza, y de manera particular, se incluyen las reservas y/o parques nacionales, que, si bien están creados por el hombre, protegen y conservan especies de la fauna y/o flora representativa de un lugar. En algunos casos, se incluyen geoformas como elemento de la naturaleza para conservar	<b>TIPO:</b> Montañas – <b>Subtipos:</b> Sierras, volcanes, valles y prados, mesetas, áreas nevadas, glaciares...
<b>Manifestaciones Culturales</b>	Abarca las obras del hombre del pasado, resaltando sitios arqueológicos, realizaciones urbanas, lugares históricos y museos. Todas estas obras del hombre tienen relevancia para la historia local, regional o nacional de un lugar.	<b>TIPOS:</b> Museos, Obras de Arte, Lugares históricos
<b>Folklore</b>	Se incluyen diversas expresiones de la cultura de un sitio, relacionadas con la forma de vida, vestimenta, comidas típicas, instrumentos musicales, bailes tradicionales, creencias, mitos, leyendas, así como también la producción de artesanías elaborados con los elementos originarios de cada región (alfarería, lapidaria, coco, tejidos, etc.).	<b>TIPOS:</b> Manifestaciones religiosas, Ferias y Mercados, Música y danza...
<b>Realizaciones técnicas, científicas, artísticas contemporáneas</b>	Está formada por aquellas obras del hombre de reciente construcción, es decir, que pertenecen a nuestro tiempo, y que debido a su singularidad o característica excepcional poseen la capacidad de generar interés en la demanda.	<b>TIPOS:</b> Explotaciones mineras, agropecuarias...
<b>Acontecimientos programados</b>	Se incluyen todos los eventos organizados, actuales y tradicionales, con capacidad suficiente para motivar el desplazamiento de las personas como actores o espectadores. En algunos casos, es difícil separar esta categoría con algunos tipos propuestos bajo la denominación Folklore, por ejemplo, cuando se relevan fiestas tradicionales y ferias populares	<b>TIPOS:</b> Eventos artísticos, deportivos...

**Tabla 4: Categorías de clasificación de los recursos turísticos de un territorio**

Hay que mencionar que existen una gran variedad de fichas que permiten describir, de forma exhaustiva, cada recurso o atractivo identificado. Luego, con toda esta información recopilada, se pasa a determinar el nivel de importancia de estos atractivos. Es lo que se conoce con el nombre de Jerarquización. La metodología OEA CICATUR indica las siguientes jerarquías de atractivos (Varisco, Castellucci, & al., 2014) :

<b>Jerarquía</b>	<b>Descripción</b>
<b>4</b>	Recursos excepcionales y de gran significado para el mercado turístico internacional, capaces por sí solos de motivar una importante corriente de visitantes (actuales o potenciales).
<b>3</b>	Recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos, una corriente de visitantes nacionales o extranjeros (actuales o potenciales).
<b>2</b>	Recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales
<b>1</b>	Recursos sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que, igualmente, forman parte del inventario, como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía.

**Tabla 5: Jerarquización de recursos turísticos**

A pesar de ser una metodología altamente difundida, y que, en la parte técnica, es bastante completa, como una desventaja que presenta es que por su nivel de complejidad, siempre es desarrollada por un equipo de profesionales, dejando de lado al resto de actores (Varisco, Castellucci, & al., 2014).

### **3.2. Chile**

Chile utiliza la misma metodología de OEA CICATUR, pero realiza variantes en la metodología, dependiendo del tipo de turismo o planificación que se realice. Por ejemplo, en la Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo (Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social- ILPES, 2003), se mencionan las mismas categorías, tipos y subtipos, pero difiere un poco en la jerarquización, ya que coloca este paso y el inventario, en una fase de diagnóstico, donde, además de identificar los recursos y atractivos turísticos, se deben también mencionar otros antecedentes de las áreas a estudiar, tales como:

- a) Las condiciones favorables que coadyuvan para el desarrollo exitoso de actividades turísticas ya existentes o nuevas
- b) Aspectos desfavorables que condicionan el desarrollo turístico
- c) El orden de importancia de los problemas descritos
- d) Los indicadores y la información cualitativa económica (información secundaria y primaria) disponible sobre los siguientes ítems:
  - a. Desarrollo turístico (oferta y demanda) cultura empresarial y antecedentes económicos
  - b. Disponibilidad de infraestructura general, específica y de servicios
  - c. Medio ambiente y ubicación geográfica
  - d. Población y cultura
  - e. Aspectos Institucionales

Además, en esta metodología y guía, a diferencia de la original, se sugiere a los investigadores que se realicen "...entrevistas a informantes del sector público y privado, la recopilación de información en instituciones públicas y privadas, la observación directa, y la observación de los participantes".

En el mismo país, pero en la Guía Metodológica "Turismo cultural: una oportunidad para el desarrollo local" (SERNATUR, 2014), se indica nuevamente la metodología OEA CICATUR, señalando que cada Dirección Regional de la Secretaría Nacional de Turismo de Chile cuenta con catastros de atractivos turísticos, basados en una metodología standard. Sin embargo, lo novedoso de esta guía son los pasos para complementar esos catastros con la oferta de turismo cultural, al realizar una serie de pasos para crear un verdadero proceso participativo. Estos pasos son:

<b>Pasos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Tiempo aproximado</b>
<b>Paso 1: Preparativos previos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolección de información sobre Turismo Cultural.</li> <li>• Búsqueda y sistematización sobre toda la información relevante de la localidad en relación a turismo y cultura.</li> </ul>	Cuatro semanas
<b>Paso 2: Identificación de actores relevantes, sensibilización y logros de apoyos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilización y logro de apoyos en el municipio, en otras instituciones públicas, en la industria turística, en las organizaciones culturales y patrimoniales, y en la comunidad en general.</li> <li>• Elaboración de base de datos de actores a</li> </ul>	Cinco semanas



	convocar, sus intereses, compromisos y recursos que aportarán.	
<b>Paso 3: Convocatoria e inicio del proceso de trabajo participativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición del proceso al que se convocará: actividades principales, participantes, plazos y recursos.</li> <li>Definición de los roles de cada actor convocado y del nivel de participación que tendrá.</li> <li>Convocatoria a primera reunión de trabajo participativo con todos los actores.</li> </ul>	Cuatro semanas
<b>Paso 4: Elaboración del diagnóstico de turismo cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaboración de catastro de recursos culturales y patrimoniales aprovechables turísticamente.</li> <li>Realización de análisis de la demanda turística.</li> <li>Realización de análisis de la oferta turística local.</li> <li>Realización de análisis FODA de la comuna o territorio, en tanto destino de turismo cultural.</li> </ul>	Cinco semanas
<b>Paso 5: Elaboración participativa de un plan de turismo cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaboración de análisis de la realidad turística cultural local. Discusión y elaboración de la estrategia.</li> <li>Elaboración del plan operativo. Definición de los roles y responsabilidades de los actores. Socialización y validación del plan de turismo cultural con la comunidad.</li> </ul>	Seis semanas
<b>Paso 6: Ejecución de la planificación, monitoreo, evaluación y proyección</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Priorización de actividades del plan y elaboración de proyectos. Búsqueda y gestión de fuentes de financiamiento.</li> <li>Lanzamiento del plan y puesta en marcha de la ejecución. Monitoreo, evaluación y proyección.</li> </ul>	Depende de los plazos que el mismo plan ha fijado

**Tabla 6: Pasos para la planificación del Turismo Cultural en Chile**

### 3.3. Perú

En el “Manual del Inventario de Recursos Turísticos del Perú” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012), no se menciona la metodología OEA CICATUR, pero el texto se basa casi íntegramente en la misma. Utiliza las mismas categorías que la metodología descrita, pero se indica textualmente que “Folclore es una manifestación cultural, sin embargo, por su representatividad e importancia para nuestro país se ha considerado conveniente que constituya otra categoría”. Probablemente por desconocimiento de quienes redactaron la guía se ha colocado esta aclaración, pero es necesario mencionar que la categoría Folclore ha sido reconocida, desde el principio, por la metodología OEA CICATUR.

En general, en Perú se utiliza un esquema metodológico de dos fases de trabajo: la fase uno comprende el trabajo de ordenar y clasificar los lugares, objetos, acontecimientos y otros de interés turístico, de los recursos turísticos del Perú; mientras que la fase dos evalúa y jerarquiza los recursos turísticos, de acuerdo a su grado de importancia. Vale mencionar que la jerarquización sigue los mismos parámetros de la metodología original, pero para identificar a que jerarquía pertenece cada atractivo, hace un procedimiento bastante complejo, donde coloca los siguientes criterios de ponderación (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012):

Código	Criterios de Evaluación	Peso	
		Recurso en Operación	Recurso que no está en operación
A	Particularidad	2	2.5
B	Publicaciones	0.5	1
C	Reconocimientos	1.5	2.5
D	Estado de conservación	1.5	3
E	Flujo de Turistas	2	
F	Representatividad	1.5	
G	Inclusión en la visita turística	1	
H	Demanda potencial		1

**Tabla 7: Criterios de ponderación de atractivos - Perú**

Cada criterio de evaluación, a su vez, presenta elementos de calificación y ponderación. En esta parte del presente escrito, se mencionarán los cuatro primeros.

- a) Particularidad. - se refiere a las características importantes del recurso, que le otorgan una singularidad especial que lo distingue y lo diferencia.
- b) Publicaciones. - como su nombre lo indica, habla sobre la existencia de algún tipo de publicaciones sobre el recurso turístico evaluado, que generan una trascendencia nacional o internacional.
- c) Reconocimiento. - se basa en las distinciones oficiales que el recurso o atractivo posea, como ser un humedal Ramsar o patrimonio cultural nacional o de la Humanidad.

- d) Estado de Conservación. - evalúa al atractivo de acuerdo a los problemas e impactos que se presenten, y a las características que lo hacen relevante.

En resumen, se puede observar que la metodología OEA CICATUR ha servido de base y ha sido de gran influencia en América Latina, y se la utiliza todavía, casi sin variantes. En las siguientes líneas, se realizará una revisión del caso de Ecuador, y como describe sus inventarios de atractivos turísticos.

### **3.4. Ecuador**

A continuación, se revisará la metodología implementada por el Ministerio de Turismo del Ecuador. Al ser el órgano rector de la actividad turística, es la institución que genera las directrices para todo el quehacer turístico del país. En ese sentido, el Ministerio tiene, entre otras, la siguiente atribución (Gobierno de la República del Ecuador, 2015):

“Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido competencias en materias turísticas, y en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este reglamento”.

La metodología de inventarios en Ecuador ha sufrido, al menos en últimos catorce años, dos cambios. Una metodología propuesta, en el año 2004, presentaba las siguientes características y precisiones (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2004):

- a) Se conceptualiza al inventario como el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que, como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país.
- b) Los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.
- c) Las facilidades turísticas comprenden el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo.
- d) La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: **SITIOS NATURALES** y **MANIFESTACIONES CULTURALES**. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

- e) En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Areas protegidas.
- f) En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

La jerarquización se realiza mediante la evaluación de tres variables (calidad, apoyo y significado), cuya calificación se realiza de acuerdo a la siguiente tabla:

Variable	Factor	Significado	Puntos máximos
<b>CALIDAD</b>	Valor intrínseco	Significa el valor en sí del atractivo de acuerdo a su naturaleza; es decir escénico, científico, artístico, cultural, etc.	15
	Valor extrínseco	Es el valor convencional en un atractivo; esto es, afectado en magnitud, majestuosidad, monumentalidad, o por hecho o factor circunstancial o accidental (como es el caso de los bienes históricos). Para el caso de Sitios Naturales se debe valorar en función de los usos y en la medida de su exclusividad o variedad.	15
	Entorno	Se refiere al ambiente físico-biológico y socio-cultural que rodea un atractivo. Dado que es susceptible de mejoramiento se se han asignado 10 puntos como valor máximo.	10
	Estado de conservación (y/o organización)	Significa el grado de integridad física en que se encuentra un atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original o inicial como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del atractivo. Para el caso de acontecimientos programados se considera la organización, contenido, programación y cumplimiento del evento	10
	<b>Subtotal</b>		<b>50</b>
<b>APOYO</b>	Acceso	Es la infraestructura, medios de comunicación y de transporte que permiten la llegada al atractivo turístico	10
	Servicios	Este factor comprende tanto las facilidades turísticas como aquellos servicios indispensables para satisfacer las necesidades del turista, en la zona donde está el atractivo, teniendo como área de ubicación un radio de dos horas de recorrido a pie, a caballo o en	10

		un automóvil. Se evalúa también en este factor la acción de los comercializadores del turismo en pro de la promoción de los atractivos.	
	Asociación con otros atractivos	Permite medir el grado de complementariedad de un atractivo al pertenecer o estar ubicado dentro de un conjunto de atractivos, hecho que afecta su difusión en el mercado turístico.	5
	<b>Subtotal</b>		<b>25</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	Local	Este factor está referido al grado de conocimiento del atractivo dentro del área municipal.	2
	Provincial	El conocimiento o difusión abarca una o más provincias.	4
	Nacional	El área de difusión abarca la totalidad del país.	7
	Internacional	El atractivo supera las fronteras y es conocido en otros países. Son generalmente los atractivos promocionados por el turismo receptivo.	12
	<b>Subtotal</b>		<b>25</b>
<b>Total</b>			<b>100</b>

**Tabla 8: Variables de calificación de atractivos turísticos, de acuerdo a Metodología del 2004**

La Jerarquía de cada atractivo se coloca de acuerdo a los siguientes rangos:

- 1 a 25 puntos: Jerarquía I
- 26 a 50 puntos: Jerarquía II
- 51 a 75 puntos: Jerarquía III
- 76 a 100 puntos: Jerarquía IV

Finalmente, las jerarquías establecidas por el Ministerio de Turismo fueron:

<b>Jerarquía</b>	<b>Concepto</b>
<b>JERARQUIA IV:</b>	Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.
<b>JERARQUIA III:</b>	Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional,
<b>JERARQUIA II:</b>	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya

	sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.
<b>JERARQUIA I:</b>	Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

**Tabla 9: Conceptos de Jerarquías de atractivos turísticos, de acuerdo a Metodología del 2004**

La metodología de inventarios turísticos para el 2017, en Ecuador cambia y se actualiza, iniciando por su nombre: “Guía metodología para la jerarquización de atractivos turísticos y generación de espacios turísticos del Ecuador”, lo que indica que no solo se realizará un inventario o recopilación de atractivos turísticos, sino que estos se jerarquizarán, con el objetivo final de crear espacios turísticos. Algunos de los puntos más importantes de esta guía son los siguientes (Ministerio de Turismo, 2017):

- a) El procedimiento general se efectúa en dos etapas: Etapa I: Realización del Inventario de Atractivos Turísticos: levantamiento, registro, jerarquización y espacialización de atractivos turísticos; y, Etapa II: Generación de Espacios Turísticos: identificación de atractivos con potencial para la generación de productos turísticos, análisis geográfico y tipificación de espacios turísticos.
- b) A su vez, cada etapa tiene dos o tres fases, lo que expande y complementa el trabajo de inventario, ya que también se debe crear bases de datos en Sistemas de Información Geográfica, para luego identificar la asociatividad de los atractivos, para finalmente entender el tipo de espacio turístico que se trata.
- c) Por otro lado, esta metodología define exactamente donde está la obligación de las autoridades locales (municipios, sobre todo los descentralizados<sup>i</sup> en la actividad turística), y donde la responsabilidad del Ministerio de Turismo.
- d) Para la clasificación de atractivos se considera dos categorías: ATRACTIVOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos (Ministerio de Turismo, 2017).
- e) En la categoría de ATRACTIVOS NATURALES se reconocen 11 tipos y 54 subtipos. Entre los 11 tipos se tiene: montañas, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares.

- f) En la Categoría MANIFESTACIONES CULTURALES se reconocen 4 tipos y 25 subtipos. Entre los 4 tipos se tiene: arquitectura, acervo cultural y popular, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados.

En el apartado de la jerarquización, se amplían los criterios de calificación, utilizando, como sustento, el Índice de Competitividad Turística elaborado y publicado por el Foro Económico Mundial. En este sentido, los criterios a calificar en cada atractivo son:

- 1) Accesibilidad y conectividad
- 2) Planta turística /Servicios
- 3) Estado de conservación e integración atractivo / entorno
- 4) Higiene y seguridad turística
- 5) Políticas y regulaciones
- 6) Actividades que se practican (Opciones recreacionales)

Mientras que los criterios relacionados con la demanda, que también son medidos, se refieren a:

- 1) Difusión
- 2) Registro de visitante y afluencia
- 3) Recurso humano

Por supuesto, el cambio de la jerarquización hace que se cambien los criterios de ponderación de cada variable, haciendo que cada uno tenga un valor de ponderación, que corresponde a la capacidad institucional para incidir sobre la mejora o manejo de los mismos. En el caso de esta guía, se da mayor puntaje a las variables que dependen directamente de los gobiernos locales, y menor valor a los que son responsabilidad directa de la autoridad nacional de turismo. Esto se debe, por supuesto, por la importancia que presenta la descentralización en Ecuador. Hay que mencionar que esta calificación, que va a resultar en una determinada jerarquía para cada atractivo turístico en Ecuador, es válida tanto para atractivos naturales como para atractivos culturales.

La tabla de ponderación queda, por tanto, de la siguiente forma:

	<b>CRITERIOS DE VALORACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
A	Accesibilidad y Conectividad	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la	18

		relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	
B	Planta turística / servicios	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18
C	Estado de conservación e integración sitio / entorno	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14
D	Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14
E	Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
F	Actividades que se practican en el atractivo	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9
G	Difusión del atractivo	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7
H	Tipo de visitante y afluencia	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5
I	Recursos humanos	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5
		TOTAL	100

**Tabla 10: Criterios de valoración de atractivos en Ecuador**

Finalmente, una vez levantada toda la información, realizada las ponderaciones necesarias, y asignados los valores para cada atractivo natural o cultural, se procede a la jerarquización de los atractivos, que son muy similares a las descritas anteriormente, elaboradas en el año 2004, con una pequeña diferencia: incluye –y diferencia- los atractivos, de cierta forma consolidados



(o en proceso de consolidación, nacional o internacional), de los que no reúnen condiciones mínimas, para considerarlos como “recursos”.

Los valores de esta jerarquización son los siguientes (Ministerio de Turismo, 2017):

Rangos	Jerarquía
86 - 100	IV
61 - 85	III
36 - 60	II
11 - 35	I
0 - 10	Recurso

**Tabla 11: Rangos de jerarquización en Ecuador**

Mientras que los conceptos relacionados con cada jerarquía son los siguientes (Ministerio de Turismo, 2017):

Jerarquía	Descripción
Jerarquía IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
Jerarquía III	Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
Jerarquía II	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales.
Jerarquía I	Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
Recurso	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

**Tabla 12: Descripción de Jerarquías en atractivos turísticos en Ecuador**

## Conclusiones

- a) A lo largo del presente escrito, se ha podido observar la importancia de la metodología creada por OEA – CICATUR para la creación y valoración de inventarios turísticos, ya que ha sido determinante para que varios países de América Latina creen sus propios documentos técnicos.
- b) Sin embargo, se hace necesario investigar aún más a fondo algunos aspectos imprescindibles para la creación de los inventarios turísticos: uno de ellos es la preparación técnica de las personas encargadas, en cada país o región turística, de

realizar esta labor, ya que, sin un conocimiento adecuado de la metodología de inventarios turísticos en cada país, se pueden llegar a cometer errores –u omisiones- que perjudican, tanto a las naciones como a las regiones que buscan crear productos turísticos a partir de sus recursos y atractivos naturales o culturales.

- c) Una de las fallas de la metodología original OEA CICATUR es la poca o nula presencia de comunidades locales en la elaboración de estos inventarios, ya que la tarea quedaba bajo la responsabilidad de equipos muy técnicos. La experiencia y los años han demostrado que se debe buscar, sino el conocimiento local en sus diversas expresiones, al menos una valorización del trabajo realizado por parte de la población anfitriona, ya que serán ellos los responsables de cuidar, valorar, interpretar y promocionar esos atractivos locales.
- d) Así mismo, dado el posible grado de subjetividad al momento de realizar una metodología de atractivos turísticos –muy probablemente, cada población del mundo pensará que su zona de vida es casi un paraíso- es muy importante, a la par de contar con un registro de recursos, utilizar la herramienta de la jerarquización: determinar, de forma objetiva, si el atractivo que se observa realmente será válido para una visita local, regional, nacional o internacional. Para lograr esto, es necesario que las “calificaciones” de cada atractivo sean realizadas de tal forma que no existan dudas de porque se colocaron, evidenciando los problemas o ventajas que posee cada atractivo.
- e) Además de lo anterior, los inventarios deben ser considerados como una de las herramientas técnicas que permite identificar el tipo de modalidad turística a desarrollar en cada región o localidad, y, al mismo tiempo, el tipo –y calidad- de turista que llegará a estos lugares.
- f) En Ecuador, se ha desarrollado una metodología bastante completa y extensa, pero al mismo tiempo, compleja, que llega incluso a la creación de mapas y generación de información geográfica en forma digital, que puede realmente ayudar a las administraciones locales a tomar las mejores decisiones al momento de planificar la actividad turística. Sin embargo, esta misma complejidad puede ser contraproducente, ya que, debido a la realidad del país, muchas de los actuales Gobiernos Autónomos Descentralizados no cuentan con la capacidad operativa y tecnológica para formalizar todas las ideas digitales, en documentos de uso público; si bien es cierto, la responsabilidad de la creación de esta base tecnológica geográfica recae en la autoridad del turismo nacional, esta debe estar disponible también en los territorios.
- g) Los inventarios turísticos y su respectiva jerarquización han demostrado, en el transcurso del tiempo, ser aliados eficientes de la planificación turística territorial; sin embargo, en el caso de Ecuador, en muchas ocasiones solo se llega a esta etapa, y se deja sin planes de desarrollo turístico a las poblaciones (provincias, cantones, parroquias), y los que se ha realizado, han quedado como letra muerta, sin aplicación práctica.

- h) Es posible que una respuesta a esta situación se encuentre en la academia, donde los futuros profesionales podrían ayudar a la realización de las actividades propuestas en los diferentes planes, creando varios beneficios adicionales, tales como: trabajo articulado en redes de investigación académica, publicación científica, movilidad docente, realización de prácticas pre profesionales y de vinculación con la colectividad o sociedad, fomentando una verdadera unión entre la teoría y la práctica, que siempre hacen falta para el desarrollo profesional de todas las carreras, especialmente las relacionadas con el turismo.

### Bibliografía

1. Antón Clavé, S., & González Reverté, F. (2005). *Planificación territorial del Turismo*. Barcelona: Editorial UOC.
2. Boisier, S. (2003). *El desarrollo en su lugar (el territorio en la sociedad del conocimiento)*. Santiago de Chile: CEPAL.
3. Bote Gómez, V. (1990). *Planificación económica del turismo: de una estrategia masiva a una artesanal*. México, D.F.: Trillas.
4. Camara, C. J., & Morcate Labrada, F. d. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, 48 - 66.
5. Cardoso Jiménez, C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, 5 - 21.
6. Crosby, A. (2009). *Re - inventando el turismo rural*. Barcelona: Laertes S.A. de ediciones.
7. Gobierno de la República del Ecuador. (2015). *Reglamento general a la Ley de Turismo*. Quito: Registro Oficial de la República del Ecuador.
8. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social- ILPES. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
9. Maldonado Pérez, G. (2008). *Descentralización del turismo en Ecuador, el caso de los municipios de Ibarra y Manta*. Quito: FLACSO Ecuador.
10. Martínez Ruiz, R., Ramírez Valverde, B., Juárez Sánchez, J. P., & Rojo Martínez, G. E. (2010). *Estudios y propuestas para el medio rural (Tomo VII)*. México: Universidad Autónoma Indígena de México; Colegio de Postgraduados. Campus Puebla.

11. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2012). *Manual de Inventario de Recursos Turísticos del Perú*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú.
12. Ministerio de Turismo. (2017). *Guía metodología para la jerarquización de atractivos turísticos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Quito: Ministerio de Turismo.
13. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2004). *Metodología para inventarios de atractivos turísticos*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.
14. Morère Molinero, N., & Perelló Oliver, S. (2013). *Turismo Cultural. Patrimonio, Museos y Empleabilidad*. Madrid: Fundación EOI.
15. Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 335-357.
16. Organización Mundial de Turismo. (1999). *Agenda para Planificadores Locales: TURISMO SOSTENIBLE Y GESTION MUNICIPAL*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
17. Organización Mundial del Turismo. (1996). *Guía para administradores locales: desarrollo turístico sostenible*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
18. Otero Urieta, A. (2007). La importancia de la visión del territorio para la construcción de desarrollo competitivo de los destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 91-104.
19. Reinoso, E., Sánchez Mora, C., & Tagüeña, J. (2005). Lo "glocal" nueva perspectiva para desarrollar museos de ciencia. *Elementos: ciencia y cultura*, 33 - 41.
20. Rivera Mateos, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. En L. Rodríguez García, & A. R. Roldán Tapia, *Relaciones interculturales en la diversidad* (págs. 199 - 217). Córdoba: Universidad de Córdoba.
21. Roselló Busó, E. (2017). Análisis del potencial turístico de un destino. *Publicaciones didácticas*, 351 - 358.
22. Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., & Navarro, S. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.
23. SERNATUR. (2014). *Turismo cultural: una oportunidad para el desarrollo local. Guía Metodológica*. Santiago de Chile: Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR.
24. Varisco, C., Castellucci, D., & al., e. (2014). El Relevamiento Turístico: de CICATUR a la planificación participativa. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - ABET*, 46 - 54.

---

<sup>i</sup> La Descentralización en Ecuador inició formalmente en 1997, pero es “...a partir del año 2001 que la descentralización entra realmente en marcha con la firma del Convenio de Promoción de Transferencias de Competencias por parte de la Presidencia de la República, los Ministerios de Ambiente, Obras Públicas, Turismo y Agricultura y Ganadería y 22 prefecturas provinciales”. (Maldonado Pérez, 2008)