

Año 24 No.2



Año 24 No. 2

Número especial 2019

Número especial 2019

# Revista Venezolana de Gerencia

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons  
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.  
[http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es\\_ES](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES)

# Turismo Sostenible: percepciones, bienestar ciudadano y desarrollo local <sup>1</sup>

Moreno Freites, Zahira <sup>2</sup>  
Ziritt Trejo, Gertrudis <sup>3</sup>  
Silva, Harold <sup>4</sup>

## Resumen

Esta investigación tiene como propósito analizar la percepción del bienestar ciudadano y del desarrollo local desde la perspectiva de residentes y turistas en el municipio de Usiacurí, departamento del Atlántico-Colombia. Para ello, se utilizó un enfoque mixto, se realizaron 400 encuestas y 30 entrevistas a profundidad a los residentes del municipio; también se aplicaron 141 encuestas a turistas con la intención de medir la satisfacción después de su visita al municipio. Los resultados dan cuenta de: a) los turistas se sienten altamente satisfechos con el turismo sostenible, b) la satisfacción de los residentes es fundamental para el desarrollo de la comunidad, c) los altos niveles de satisfacción aseguran una buena relación entre residentes y turistas. Se concluye que la satisfacción con la actividad turística y bienestar ciudadano expresado en calidad de vida son factores determinantes para el impulso de un desarrollo local sostenible.

**Palabras clave:** Turismo sostenible; residentes; turista; bienestar y satisfacción.

---

Recibido: 11-09-19 Aceptado: 10-11- 19

<sup>1</sup> Este artículo forma parte del proyecto de investigación Innovación Social, Cadena Socioproductiva y Valor Sostenible: Propuesta para Destinos Turísticos En El Municipio Usiacurí  
<sup>2</sup> Dra. Gestión y Administración de Empresas, España. Escuela de Negocios, Universidad del Norte. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8470-4368> Barranquilla-Colombia. Email: [debenvenutoz@uninorte.edu.co](mailto:debenvenutoz@uninorte.edu.co)

<sup>3</sup> Dra. Ciencias para el Desarrollo Estratégico, Venezuela. Escuela de Negocios, Universidad del Norte, Clasificada por Colciencias Nivel Senior. Barranquilla, Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5240-4080> Email: [gertrudisziritt@gmail.com](mailto:gertrudisziritt@gmail.com) [gziritt@uninorte.edu.co](mailto:gziritt@uninorte.edu.co)

<sup>4</sup> PhD in Management. Escuela de Negocios - Universidad del Norte. Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6203-3911> Email: [hsilva@uninorte.edu.co](mailto:hsilva@uninorte.edu.co)

# *Sustainable Tourism: perceptions, citizen welfare and local development*

## **Abstract**

This research aims to analyze the perception of citizen welfare and local development from the perspective of residents and tourists in the municipality of Usiacurí, department of Atlántico-Colombia. For this, a mixed approach was used, 400 surveys and 30 in-depth interviews were applied to the municipality residents; 141 surveys were also applied to tourists with the intention of measuring satisfaction after their visit. The results show that: a) tourists feel very satisfied with sustainable tourism, b) resident satisfaction is essential for the development of the community, c) high levels of satisfaction ensure a good relationship between residents and tourists. It is concluded that satisfaction with tourist activity and citizen welfare expressed in quality of life are determining factors for the promotion of sustainable local development.

**Keywords:** Sustainable tourism; residents; tourists; well-being and satisfaction.

## **1. Introducción**

Considerando la Agenda Mundial 2030 y la declaración de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), queda en evidencia que los procesos de participación social tienen un rol protagónico en todos los temas que implican un desafío para enfrenar los problemas de la humanidad. Es así como, los residentes de una comunidad son quienes tienen mayor conocimiento de cómo mejorar sus problemáticas y vencer los obstáculos para lograr mayor bienestar y satisfacción con la vida (Gauna, 2017). No obstante, para que suceda, en alineación a los ODS, las alianzas por medio de esfuerzos combinados de muchas personas e instituciones pueden resultar clave en este proceso.

Es por ello, que merece especial atención el turismo como un sector que contribuye a los ODS, es una

actividad que cumple con muchas de las expectativas del desarrollo sostenible, donde se destaca el papel fundamental que tienen las alianzas y los mecanismos colaborativos como herramienta para lograr cohesionar una cadena socioproductiva de turismo con valor sostenible (Ziritt, Baldomino y Moreno, 2019). Ante esos planteamientos de un turismo sostenible se debe cumplir con tres criterios: el primero la mejora de las condiciones de vida de las comunidades receptoras y con ello, su bienestar y satisfacción con la vida, segundo el cuidado del territorio (considerando tanto el ambiente natural como el patrimonio cultural) y tercero la satisfacción de los turistas (Orgaz, 2014; Gauna, 2017).

En ese sentido, la investigación que aquí se presenta tiene como objetivo analizar la percepción del bienestar ciudadano y del desarrollo local desde la perspectiva de residentes y turistas en el municipio de Usiacurí, departamento del

Atlántico-Colombia. Lo que se convierte en un tema relevante para autoridades locales y los actores de la cadena de valor que conforman el sector turístico. Según Ratz (2000) los cambios en la calidad de vida de la comunidad receptora son influenciados por dos hechos principales: la relación turista-residente y el desarrollo de la misma industria turística; estos dos elementos y sus consecuencias contribuyen de manera directa con el nivel de satisfacción de los residentes con la actividad turística y el desarrollo local. En esta misma línea autores como, Royo y Molina (2009) consideran que es fundamental el apoyo de los residentes para el desarrollo turístico. Así que, para realizar un plan turístico local, es imprescindible tener la opinión de los habitantes. Por lo que es relevante que los residentes tengan una actitud favorable hacia el turismo, que perciban la industria turística beneficiosa para el desarrollo no solo desde la perspectiva económica de su localidad, sino que promueva el bienestar de sus ciudadanos.

Por lo anterior, este artículo presenta evidencia empírica sobre los niveles de satisfacción de residentes y turistas en el municipio Usiacurí. Al respecto, resulta de interés señalar que, de acuerdo a Moreno, Ziritt y Ramos (2019) el 78 % de los usiacureños consideran que existe una participación de las comunidades en los proyectos de turismo, valorando y reforzando su identidad como habitantes del municipio; y el 82% plantean que su opinión es tomada en cuenta para mejorar algunos servicios turísticos y creación de puntos de ventas, entre otros aspectos comerciales y de administración.

Según conversaciones con los residentes, la mayoría de los actores involucrados en la actividad turística se

interrelacionan para facilitar el trabajo colaborativo para el logro del bien común. Por otra parte, reconocen que la principal actividad turística del municipio es la artesanía y en segundo lugar, las que se derivan de la Casa Museo Julio Flórez. Destacando que el museo ha incidido en la recuperación de construcciones tradicionales como la restauración de calles, casa de la cultura, creación de la plazoleta, pavimento con adoquines, entre otros. Por lo que se considera que estas dos actividades dinamizan toda la cadena socioproductiva del turismo, generando empleo, inclusión social y desarrollo en el municipio.

Además, se puede evidenciar que quienes viven en los lugares donde se realiza el turismo, y generalmente hacen del turismo su principal actividad económica, recibiendo los efectos positivos y negativos de esta actividad, consideran que el turismo les facilita superar sus necesidades económicas y contar con buen sitio para vivir (Moreno, et al 2018; Ziritt, Baldovino y Moreno, 2019). Por lo tanto, resulta de interés indagar sobre el impacto que tiene la actividad turística en las comunidades receptoras, ello debido a que en la literatura científica se pueden encontrar con más frecuencia análisis de satisfacción de los visitantes (turistas) y en menor frecuencia de los residentes de la comunidad receptora (Royo y Molina, 2009). Es por esto, que este trabajo se enfoca en el diagnóstico y análisis de la satisfacción de los residentes y visitantes de Usiacurí, sus características individuales y cómo esto incide en su manera de percibir la actividad turista, además de considerar la satisfacción de los turistas como un factor clave para la gestión exitosa de los destinos turísticos desde una perspectiva integral. Así, el presente artículo presenta resultados

de una investigación de tipo descriptiva –analítica, bajo un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) apoyado con un trabajo de campo que proporciona evidencia empírica confiable sobre este tema. Para ello, se recurrió al uso de la encuesta y a la entrevista a profundidad. Se espera con ello generar un aporte de conocimiento, ya que no es usual hacer la asociación de éstas dos categorías relevantes para un análisis global que considere la satisfacción tanto de los residentes como de turistas en la investigación científica sobre el turismo.

## **2. Turismo como expresión del desarrollo local y del bienestar ciudadano**

La actividad turística plantea una singular relación con lo local, al reivindicar el territorio como expresión y construcción social. Para Linares y Morales (2014) basado en diversos autores afirman, que el desarrollo local es la interacción o relación entre agentes, sectores y fuerzas que interactúan en el territorio. Definiéndolo como un complejo proceso de concertación entre agentes, sectores y fuerzas que interactúan dentro de los límites de un territorio determinado ya sea local o regional, con el propósito de impulsar un proyecto común que combine la generación de crecimiento económico, justicia social, sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad, equilibrio espacial y territorial, cambio social y cultural, con el fin de elevar el nivel de vida y el bienestar de cada familia y ciudadano que viven en ese territorio o localidad.

Así pues, el turismo puede ser visto como una oportunidad para el desarrollo de los habitantes del territorio,

abriendo espacios para visitantes con el propósito de darse a conocer y abrir las puertas a la actividad turística, la cual exige asumir el desafío de detectar y encauzar el impacto negativo o positivo que produce esta actividad económica con alta repercusión social y ambiental.

Ahora bien, el desarrollo local es “un proceso localizado de cambio socio - económico continuado, que, liderado por los gobiernos locales, integra y coordina la utilización de la riqueza de su potencial de desarrollo con las diferentes corrientes de recursos, para lograr el progreso de la localidad y posibilitar el bienestar del ser humano, en equilibrio con el entorno natural” (González, 2015:126).

Esta perspectiva del desarrollo local, a nuestro juicio es limitada, por cuanto se centra en la acción política del aparato del Estado en manos de quien la lidera, lo que sería una especie de suerte que asuma la decisión de promover el desarrollo local como parte del proceso de su gestión. En este sentido, una decisión de esta naturaleza no puede estar solo en las manos de uno de los actores que forman parte de la comunidad o territorio, este es un esfuerzo que tiene que involucrar de manera coordinada y consiente a todos los actores, por cuanto el desarrollo y su puesta en marcha es una tarea de todos, (Ziritt, Baldovino y Moreno; 2019).

Teniendo en cuenta la influencia de la actividad turística en el desarrollo local, algunos autores como Guzón (2006), han considerado principios para garantizar un proceso de desarrollo exitoso; el primero hace referencia al enfoque integral y sistemático del desarrollo, el cual integra una dimensión ambiental; el segundo, a el aprovechamiento de las estructuras existentes en el territorio en el cual el poder popular lidera el proceso que, al

desarrollar métodos y estilos de trabajo adecuados, fortalece las relaciones horizontales entre los diferentes actores locales; seguidamente el eficiente aprovechamiento de espacios y canales de participación existentes; otro principio es el diseño de capacitación y herramientas para la información, teniendo en cuenta las características del territorio; el quinto está relacionado con la gestión del conocimiento, que propone la innovación y las transferencias tecnológicas como base para buscar soluciones apropiadas; y finalmente en el sexto principio hace referencia a la identificación y movilización de los potenciales productivos de las características geográficas y medioambientales propias del territorio, así como del capital humano local, con sus valores históricos culturales (Guzón, 2006:60)

Según las consideraciones de Guzón, el camino para lograr un proceso de desarrollo sostenible y exitoso, es desde un enfoque integral y sistemático que vincule aspectos ambientales, económicos y socioculturales. Rojas al igual que Guzón, propone un enfoque sistemático para alcanzar el desarrollo turístico sostenible, haciendo énfasis en la responsabilidad social, el uso responsable de los recursos y la minimización de externalidades negativas al ambiente, específicamente el autor afirma lo siguiente:

La única manera en que se puede lograr un turismo sostenible es en una sociedad que haya logrado en algún grado un desarrollo sostenible de manera sistémica. Es importante involucrar temas como los códigos de conducta y responsabilidad social que buscan contribuir a la lucha contra la pobreza y la exclusión así como al uso sostenible de

la biodiversidad y sus estrecha relación con la protección de la diversidad cultural, así como la preocupación expresas por disminuir la contribución de la actividad a impactos globales como el cambio climático, no se ha logrado influir lo suficiente en la implementación de las políticas de países como Colombia y su política colombiana para el fomento del ecoturismo o la implementación del Plan Nacional de Acción en Biodiversidad de 1998 (Rojas, 2009:167).

### **3. Turismo Sostenible como instrumento de desarrollo local**

El turismo sostenible nace primeramente como una oposición al turismo en masas, a partir de los años ochenta con la difusión del concepto de desarrollo sostenible, y más tarde como un objetivo que deberían alcanzar todas las dimensiones que integra el turismo. Sin embargo, autores como Linares y Morales afirman que el concepto de turismo sostenible no se ha definido específicamente, por lo cual se puede interpretar de muchas formas (Linares y Morales, 2014:456-457).

Por su parte la Organización Mundial del Turismo en el informe de Brundtland, hace referencia al desarrollo del turismo sostenible de la siguiente forma "El desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos, de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad

biológica y los sistemas de apoyo a la vida” (OMT, 1997).

El desarrollo turístico está directamente relacionado con el de desarrollo sostenible, en donde se visiona el turismo como un sector importante para la economía mundial y que con el transcurrir del tiempo este sector ha vendido ganando fuerzas que ejerce gran influencia en la dinámica económica a nivel mundial.

“La creciente influencia del turismo como motor económico y su potencial como herramienta de desarrollo son irrefutables. Los datos disponibles muestran que este sector es responsable de más del 10% del producto interior bruto mundial (PIB) y que aporta uno de cada diez puestos de trabajo en el mundo. Si bien las cifras en las Américas en su conjunto no difieren, la subregión del Caribe sigue siendo la región del mundo más dependiente del turismo como primera fuente de empleo y de inversión extranjera directa (IED). Además, el turismo es el sector que más contribuye al PIB en la amplia mayoría de estos países. El turismo no solo genera crecimiento, sino que también mejora la calidad de vida de las personas, favoreciendo la protección del medio ambiente, defendiendo un patrimonio cultural diverso y consolidando la paz en el mundo” (OMT y OEA, 2018:4).

Es evidente que la dinámica está cambiando, cada vez es mayor el surgimiento de actores turísticos más conscientes y responsables, especialmente los turistas que tienen una visión del modelo de turismo sostenible, partiendo de la premisa que éste garantiza la protección del ambiente y la producción de bienes de calidad, generando beneficios a la comunidad local.

Este modelo también apunta a la

gestión de destinos que integren el uso eficiente de recursos y la participación de diferentes actores para coordinar y adoptar políticas, medidas e iniciativas adecuadas, en donde es necesario consolidar alianzas entre el gobierno, la comunidad, y el sector privado (OMT y OEA, 2018). El Turismo Sostenible agrupa una nueva ética del turismo y del turista, la sensibilidad hacia la naturaleza, la cultura y las formas de vida de las localidades receptoras. A la vez que trae muchos beneficios para todos los agentes concernidos con el sector.

Son muchos los efectos positivos que genera el turismo sostenible, pues este permite determinar los impactos de la actividad turística a nivel ambiental, cultural y económico, como una manera de diagnosticar y poder buscar estrategias que permitan asegurar un equilibrio. También se puede ver como una oportunidad para la diversificación de la economía local, a través de un proceso planificado que asegure el desarrollo integral en todos los ámbitos del territorio. Con estas reflexiones el propósito es contribuir a una mejor comprensión de la relación entre desarrollo local y turismo, condición necesaria para afrontar el desafío y la oportunidad que plantea una apropiada inserción de la actividad turística en beneficio de la comunidad local.

#### **4. Acercándonos metodológicamente al objeto de estudio**

Esta investigación es de tipo descriptiva –analítica, y se presenta bajo un enfoque mixto por lo que favorece el acercamiento al objeto desde los hechos teóricos – empíricos. Para

ello, se recurrió al uso de encuesta y a la entrevista a profundidad, donde se indaga sobre las potencialidades turísticas a evaluar en la investigación, caracterizadas por: política pública, Innovación social, valores del turismo, conocimiento sobre la prestación de un buen servicio de turismo, ambiente, actitud hacia el turismo, amabilidad, satisfacción de residentes y de turistas, servicio de hospedaje, servicio de alimentos, marca territorial, entre otros. Se realizaron 400 encuestas y 30 entrevistas a los residentes de la comunidad que se encontraban en su domicilio, procurando que fueran personas que pudieran emitir un criterio confiable, por lo que el límite de edad fue de 18 años en adelante. De igual manera, se aplicaron 141 encuestas a personas que se encontraban visitando el municipio Usiacurí y que fueran mayores de edad.

Ello con la finalidad de conocer sobre qué tan satisfechos están los residentes con la actividad turística y qué beneficios perciben en su comunidad como proceso de desarrollo local. De igual manera se aplicó una encuesta a los visitantes para conocer qué tan satisfechos quedan después de su visita a los destinos turísticos que ofrece Usiacurí. Por tanto, se buscó estudiar en detalle la relación entre residentes y turistas, considerando que el nivel óptimo de satisfacción de los residentes incide positivamente en el grado de satisfacción de los turistas. Por tal razón, es necesario conocer la opinión tanto de residentes y turistas en aras de explicar cómo se da esta realidad en el municipio de Usiacuri.

Se trabajó con dos grupos muestrales: turistas y residentes. La elección de la muestra en ambos casos fue intencional para fines de

la investigación. La aplicación del instrumento fue supervisada, de manera que los encuestados pudieron despejar las dudas sobre las preguntas en caso que se presentaran. Todos los encuestados firmaron el consentimiento informado. La tabla 1 resume el perfil de la muestra de residentes:

**Tabla 1**  
**Caracterización de la muestra de residentes de Usiacuri**

<b>Género</b>	
<b>Categoría</b>	<b>(%)</b>
Masculino	16%
Femenino	84%
<b>Edad</b>	
<b>Categoría</b>	<b>(%)</b>
18-30	39%
31-45	36%
46-65 o mas	25%
<b>Escolaridad</b>	
<b>Categoría</b>	<b>(%)</b>
Básica	25%
Media	50%
Técnica	16%
Universitario	6%
Ninguna	3%
<b>Localización de la vivienda en los puntos turísticos</b>	
<b>Categoría</b>	<b>(%)</b>
Cerca (<1 KM)	39%
Lejos (> 1KM)	61%
<b>Lugar de nacimiento</b>	
<b>Categoría</b>	<b>(%)</b>
En el municipio	67%
Fuera del municipio	33%

Fuente: elaboración propia

Además, se consultó la actividad económica de los encuestados, para lo cual, el 89% manifestó dedicarse a actividades en el municipio. El 45% de este grupo de personas aseguraron que se dedican a actividades económicas

siempre, el 4% sólo en fechas específicas de temporada y el 10%, solo los fines de semana. Otras preguntas con relación a las actividades de los encuestados se muestran en la tabla 2.

**Tabla 2**  
**Actividades económicas de la muestra de residentes de Usiacuri.**

<b>Ocupación</b>	
<b>Categoría</b>	<b>(%)</b>
Del hogar	14%
Artesano	76%
Empleado público	2%
Prestador de servicio	7%
<b>Actividad económica que realiza</b>	
<b>Categoría</b>	<b>(%)</b>
Producción artesanía	7%
Venta artesanía	4%
Producción y venta artesanía	64%
Elaboración y venta de dulces	1%
Restaurantes	1%
Paseos turísticos guiados	1%
Hospedaje	1%
Transporte	1%
Agencia turística	1%
Otra actividad no relacionada con turismo	12%
Otra actividad fuera del municipio	6%
<b>Ingreso Familiar</b>	
<b>Categoría</b>	<b>(%)</b>
Salario mínimo	37%
Menos del salario mínimo	55%
Más del salario mínimo	8%

Fuente: elaboración propia

**Tabla 3**  
**Caracterización de la muestra de Turistas**

Procedencia del visitante	
Categoría	(%)
Del Departamento del Atlántico	37%
De otros Departamentos de Colombia	15,4%
De otro país	6,3%

Tiempo de permanencia en el Municipio	
Categoría	(%)
Unas pocas horas	86,7%
Más de un (1) día	13,3%

Rangos de Edad de Los Visitantes	
Categoría	(%)
Menores de 18 años	1,4%
Entre 18 y 30 años	47,0%
Entre 31 y 45 años	30,0%
Entre 46 y 65 años	20,0%
Mayores de 65 años	1,4%

Grado de Escolaridad o Educación de los Visitantes	
Categoría	Porcentaje
Básica	0,0%
Media	15,4%
Técnica	20,3%
Universitaria	64,3%

Fuente: Elaboración propia

#### **4.1 Instrumentos de apoyo para el análisis**

Con el fin de obtener la información requerida para el estudio se elaboró un cuestionario estructurado con preguntas de escalas Likert, para residentes y otro cuestionario para los turistas. Finalizada la captura de datos en trabajo de campo durante el periodo junio 2018- julio 2019 y se procedió a la codificación de la información recopilada, su depuración y ponderación, la base de datos fue procesada con el programa SPSS

(versión 18.0). El análisis de frecuencia permitió identificar los perfiles de los encuestados y algunas características importantes para resaltar en el análisis descriptivo que es complementado con las entrevistas a profundidad, que también fueron depuradas y codificadas, en función a las categorías que fueron emergiendo.

Para responder al propósito de conocer la satisfacción de los turistas, la regresión lineal ha sido el método escogido para investigar la relación entre las diferentes variables como

“Lugares para comer y tomar”, “Tiendas souvenir”, “Facilidad para ubicar una calle”, “Precios de artesanías”, “Precios de alimentos”, “Precios de alojamiento”, “Hospitalidad del local”, “Transporte público”, “Información de turismo”, “Naturaleza y paisajes”, “Seguridad” y “Cultura de la comunidad receptora”; y su influencia sobre la variable dependiente “satisfacción del turista”.

En este modelo se trabaja con las siguientes hipótesis:

H0: No existe una relación estadísticamente significativa entre las variables dependientes y la variable independiente

H1: Existe una relación estadísticamente significativa entre las variables dependientes y la variable independiente

Adicionalmente, se busca responder las siguientes preguntas:

- ¿Es el modelo estadísticamente significativo?
- ¿Cuál es la relación (positiva o negativa) entre la variable dependiente “satisfacción del turista” y las variables independientes?
- ¿Qué variables ayudan a explicar mejor la satisfacción global del turista?

Con respecto a los residentes, la regresión línea también ha sido el método escogido para investigar la relación entre “el género”, “la edad”, “el nivel de estudios”, “localización de la vivienda (cercana o no a un punto turístico)”, “ingreso familiar” y “la actividad económica que realiza”, y su influencia sobre la variable dependiente “satisfacción de los residentes con el turismo y con los componentes específicos que lo caracterizan”. Así pues, presumimos que pueden darse distintas percepciones entre los residentes en cuanto a su satisfacción en función a sus

características individuales. Por ello se enuncian las siguientes hipótesis

H2: La satisfacción de los residentes hacia la actividad de turismo difiere en función del género

H3: La satisfacción de los residentes hacia la actividad de turismo difiere en función de la edad

H4: La satisfacción de los residentes hacia la actividad de turismo difiere en función del nivel de escolaridad

H5: La satisfacción de los residentes hacia la actividad de turismo difiere en función de la localización de la vivienda (cercana a un punto turístico o no)

H6: La satisfacción de los residentes hacia la actividad de turismo difiere en función de la actividad económica que realiza en el municipio

H7: La satisfacción de los residentes hacia la actividad de turismo difiere en función del ingreso familiar

## **4.2 Fiabilidad y validez de las escalas de medida**

En este estudio se hizo necesario desarrollar escalas de medidas que permitieran medir que los constructos posean ambas características: Confiables y Validos

### **4.2.1 Escala de satisfacción de turistas**

El modelo planteado ha sido sometido a diferentes test para verificar su utilidad y fortaleza en predecir dichas relaciones (tabla 4). El valor de Adjusted R-square es de 0.58, el cual mide la fuerza del modelo y su habilidad de explicar la relación de la variable dependiente (satisfacción global del turista) con las variables independientes. En este sentido, las variables independientes nos

permiten explicar el 58% de la variación de la variable dependiente (satisfacción global). El análisis ANOVA nos permite concluir que el modelo en general es estadísticamente significativo. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis  $H_0$ , por

lo que sí existe una relación explicativa entre las variables independiente y dependiente. Con esto se responde la primera pregunta sobre la utilidad del modelo.

**Tabla 4**  
**Utilidad y Fortaleza del modelo estadístico**

SUMMARY OUTPUT					
Regression Statistics					
Multiple R	0,78833651				
R Square	0,621474454				
Adjusted R Square	0,58272744				
Standard Error	0,269894365				
Observations	141				
ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	13	15,18865934	1,168358411	16,03941243	4,68163E-21
Residual	127	9,251056972	0,072842968		
Total	140	24,43971631			
	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Estadística Sign.
Intercept	1,527916033	0,303715103	5,030754211	1,6291E-06	Si
Comida y bebida	0,031951639	0,032372218	0,987008009	0,325515408	No
Tiendas souvenirs	0,344513504	0,050465337	6,826735412	3,20223E-10	Si
Facilidad para encontrar una calle o lugar	0,107543766	0,039420172	2,728140455	0,007271938	Si
Precios de artesanías	0,091138422	0,027240296	3,345720674	0,001055528	Si
Precios de alimentos	0,012312464	0,019780099	0,622467264	0,534654471	No
Precios de alojamiento	0,03592146	0,01122669	3,199648213	0,001737936	Si
Hospitalidad del local	0,04560669	0,024935893	1,828957556	0,069752053	No
Limpieza de las calles	-0,015621904	0,028583837	-0,546529281	0,585578394	No
Facilidad para moverse	0,190798238	0,035953606	5,30679007	4,81226E-07	Si
Naturaleza y paisajes	0,060728287	0,038731542	1,567928469	0,119386105	No
Información de turismo	0,047199192	0,02248677	2,098976082	0,037627371	Si
Seguridad	0,187797581	0,027482557	6,83337374	3,09628E-10	Si
Cultura	0,00687839	0,018013011	0,381856765	0,703150752	No

Fuente: Elaboración propia

## 4.2.2 Escala de satisfacción de residentes

Con el fin de analizar la fiabilidad y validez de escala de medida de la satisfacción de los residentes con el turismo y con los componentes específicos que lo caracterizan, se aplicó un análisis factorial exploratorio que agrupo los ítems en 20 componentes, tal como se muestra en la tabla 5.

Los componentes que conforman la matriz son 20, los cuales se describen y muestran su carga factorial permitiendo, entre otros aspectos, los valores alcanzados por las medidas de adecuación muestral (Kaiser-Meyer-Olkin = 0,634) mostrando una interdependencia entre el conjunto de variables bastante aceptable.

**Tabla 5**  
**Cargas factoriales según rotación VARIMAX**

COMPONENTE	ITEM	DESCRIPCIÓN	CARGA FACTORIAL
<b>F1</b>	V2	Los programas turísticos han facilitado la preservación y valoración del patrimonio	0,761
	V1	Se tiene conocimiento de la política turística para potenciar el desarrollo local	0,751
	V4	Existe un programa para preservar la cultura (mitos, leyendas, motivos religiosos, otros)	0,714
	V5	Los programas turísticos cuentan con medidas explícitas de mantenimiento de la infraestructura	0,712
	V3	Se contemplan programas para incentivar la apertura de restaurantes y servicios de alimentación ante la demanda de turística	0,641
	V6	Los programas turísticos han del municipio han sido formulados con la participación de la comunidad	0,566
<b>F2</b>	V94	Estoy satisfecho con mi vida	0,767
	V96	Si tuviera que vivir de nuevo, no cambiaría casi nada	0,752
	V95	Hasta ahora he conseguido las cosas importantes que quiero en la vida	0,717
<b>F3</b>	V93	Las condiciones de mi vida son excelentes	0,678
	V84	Valoración del Trabajo colaborativo	0,531
<b>F4</b>	V68	Existe un programa de minimización y utilización adecuada de productos químicos, identificando aquellos que generan un impacto significativo sobre el medio ambiente	0,807
	V67	Existe señalética dirigida a la población local y turistas, sobre las condiciones de calidad del agua que es utilizada para usos recreativos	0,727
	V69	Existe un programa de conservación ambiental	0,673
<b>F5</b>	V71	Existen programas que promuevan la recuperación del patrimonio arquitectónico y el uso de materiales tradicionales y autóctonos en los productos turísticos	0,622
	V78	Desde los entes gubernamentales se estimula la capacitación de la comunidad en materia turística	0,810
	V77	La población tiene acceso a programas de formación turística	0,750
	V73	Existen campañas educativas y de prevención del comercio sexual infantil en el destino	0,518
<b>F6</b>	V79	Los atractivos y recursos turísticos son atendidos por personas capacitadas	0,432
	V89	Existe innovación social en el municipio al establecer redes colaborativas para desarrollar el turismo	0,833
<b>Innovación Social</b>	V88	Existe innovación social en el municipio al lograr una participación activa de la comunidad y gobierno para la gestión del turismo	0,778
	V90	Artesanos y prestadores de servicio turístico forman parte de redes y asociaciones generando espacios de colaboración con otros actores (públicos, privados y sociales)	0,775
	V91	Los habitantes del municipio han venido desarrollando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración para hacerse más productivos y solucionar problemas sociales de la comunidad y así contribuir a su mejora y transformación hacia un desarrollo más justo y equilibrado	0,545

**Cont... Tabla 5**

<b>F6</b>	V55	Los programas turísticos han atraído mayor inversión en la localidad	0,846	
<b>Economía</b>	V56	Los programas turísticos han propiciado la migración interna hacia Usiacuri al identificar oportunidades de mejora en la calidad de vida	0,806	
	<b>F7</b>	V58	Los programas turísticos han permitido que los residentes disfruten de su municipio	0,856
<b>Beneficios Asociados</b>	V59	Los programas turísticos han facilitado la creación de nuevos servicios y nuevas obras de infraestructura	0,853	
	V53	A partir de la implementación de los programas turísticos en el municipio, se ha observado un incremento considerable en el número de empresas establecidas por los nativos.	0,520	
<b>Desarrollo turístico</b>	<b>F8</b>	V12	Los actores sociales del municipio se han empoderado producto de un proceso de formación para la certificación de Usiacuri como destino sostenible.	0,689
	V9	Estoy de acuerdo con el desarrollo de eventos culturales y folclóricos	0,594	
	V18	Existe un conocimiento, aprecio y respeto del Patrimonio Turístico, Cultural y Natural de Usiacuri	0,516	
	V11	La política de sostenibilidad del municipio es clave para potenciar el desarrollo local	0,486	
<b>Valores locales para el turismo</b>	<b>F9</b>	V86	Valoración del ambiente y de los recursos naturales para el desarrollo turístico	0,818
	V87	Valoración identidad, cultura, tradiciones y valores para el desarrollo turístico	0,786	
	V85	Valoración de la paz para el desarrollo turístico	0,643	
<b>Servicios al turista</b>	<b>F10</b>	V60	Los programas turísticos han permitido facilidad en la movilidad de turistas considerando: nomenclatura, señalización, semaforización, transporte, etc.	0,777
	V29	Los restaurantes y servicios de alimentación son suficientes para la oferta turística del Municipio	0,613	
	V28	Los hoteles y servicios de hospedaje son suficientes para la oferta turística del Municipio	0,600	
	V57	Los programas turísticos han propiciado la calidad de los servicios públicos (agua, energía, aseo, alcantarillado, etc.	0,484	
<b>Artesanía</b>	<b>F11</b>	V42	A partir de la difusión de la información de la artesanía que se produce Usiacuri se ha incrementado el número de turistas al Municipio	0,764
	V43	El gasto promedio de los turistas impacta la economía del Municipio	0,758	
<b>Conocimiento</b>	<b>F12</b>	V8	Los atractivos y recursos turísticos son atendidos por personas capacitadas	0,720
	V7	Existe conocimiento sobre la importancia de presar un buen servicio a los turistas	0,686	
	V74	Se tiene conocimiento sobre el impacto positivo que el turismo ha tenido sobre la generación de empleo	0,445	
<b>Amabilidad</b>	<b>F13</b>	V34	Las personas responsables de brindar los servicios turísticos son educadas, amables y respetuosas	0,743
	V61	Se conoce sobre la importancia de los turistas y la calidad de servicio que hay que ofrecerles	0,582	
<b>F14</b>	V20	El desarrollo del Museo se ha reflejado en la revaloración del patrimonio cultural del Municipio	0,773	

## Cont... Tabla 5

<b>Museo</b>	V24	La interrelación entre los actores sociales facilita el trabajo colaborativo de las comunidades para el logro del bien común	0,564
	V26	A partir de la puesta en marcha del Museo Julio flores se ha evidenciado un mejoramiento de la imagen urbana del municipio	0,501
<b>F15</b>	V39	Tengo una opinión favorable sobre el turismo	0,742
	V72	Existe un código de conducta elaborado de manera participativa dirigido a la población local, turistas y empresarios	0,614
<b>Actitud hacia el turismo</b>	V22	Se tiene conocimiento sobre la importancia de los turistas y en consecuencia el beneficio que ello representa para el desarrollo de la comunidad	0,562
	V97	Los pobladores de Usiacurí se ven favorecidos con la actividad turística que se desarrolla: uso de instalaciones e infraestructura, empleo, servicios sociales, entre otros	0,818
<b>Satisfacción Residentes</b>	V98	Siento satisfacción y orgullo con la certificación de usiacuri como destino sostenible	0,817
	V40	Los turistas visitan Usiacuri por su gastronomía	0,743
<b>Servicio de Alimentos</b>	V46	A partir de la implementación de los programas turísticos en la localidad se percibe más seguridad	0,642
	V44	El porcentaje de ocupación de los hoteles y servicios de hospedaje se ha incrementado en el municipio	0,734
<b>Servicios de hospedaje</b>	V32	Los hoteles y servicios de hospedaje ofrecen servicios de calidad para residentes, turistas y visitantes	0,691
	V15	Reconoce el Museo Julio Flores como una marca territorial, que identifica al Municipio.	0,742
<b>Museo Marca territorial</b>	V64	Tiene conocimiento si el municipio cuanta con una página web que la promocióne como destino turístico	0,697
	V13	Reconoce la artesanía de palma de iraca como una marca territorial	0,740
<b>Artesanía Marca territorial</b>	V36	Tiene conocimiento si el municipio cuanta con una página web que la promocióne como producto turístico	0,544

Nota: Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo= 0,634

Fuente: elaboración propia

Estos 20 componentes se asocian con la actividad turística y logran explicar conjuntamente cerca del 68% de la varianza total, como muestra la tabla 6. También se analiza la validez discriminante, para verificar que la escala no mida otras variables latentes, por ello se calculan las correlaciones entre

constructos. En la tabla 7 se observa que si existe validez discriminante (ninguno supera el umbral del 0.8). Por lo tanto, cada constructo mide aspectos diferentes de la satisfacción de los residentes con el turismo y con los componentes específicos que lo caracterizan.

**Tabla 6**  
**Eigenvalues y porcentaje de varianza explicada por los componentes**

<b>Componentes</b>	<b>Eigenvalue</b>	<b>%Varianza explicada</b>
F1	6,047	9,753
F2	3,409	5,499
F3	3,147	5,076
F4	2,786	4,493
F5	2,682	4,326
F6	2,441	3,937
F7	2,401	3,873
F8	2,175	3,508
F9	2,065	3,330
F10	1,899	3,064
F11	1,674	2,699
F12	1,562	2,520
F13	1,461	2,356
F14	1,447	2,334
F15	1,372	2,213
F16	1,352	2,181
F17	1,292	2,083
F18	1,104	1,781
F19	1,086	1,751
F20	1,036	1,672

Nota: Varianza total explicada por los componentes= 68,4%

Fuente: elaboración propia

**Tabla 7**  
**Medias, Desviaciones Típicas y Correlaciones entre Variables Latentes - \* Significativo para  $p < 0,01$**

Comp.	Media	Desv. Típica	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F17	F18	F19
F1	3,744	1,132																		
F2	4,114	0,942	0,008																	
F3	2,681	1,258	-0,008	-0,021																
F4	3,770	1,015	-0,034	-0,015	0,010															
F5	2,139	0,892	-0,010	-0,046	-0,001	-0,007														
F6	3,542	0,964	0,011	0,013	-0,004	0,014	-0,014													
F7	4,235	1,001	0,017	-0,007	0,023	-0,011	0,014	-0,054												
F8	2,790	0,963	0,037	0,026	-0,016	0,010	0,011	-0,006	0,049											
F9	4,013	0,823	0,012	0,008	-0,021	0,013	-0,009	0,014	-0,037	-0,006										
F10	2,481	0,876	0,048	-0,039	0,008	0,019	-0,037	0,027	0,096*	0,015	-0,033									
F11	3,815	0,842	-0,034	-0,005	0,002	0,001	0,007	-0,045	-0,008	0,008	0,003	0,024								
F12	3,410	1,015	-0,010	-0,020	0,013	-0,002	0,004	-0,059	0,052	0,016	-0,046	0,000	0,030							
F13	3,342	0,993	-0,003	-0,004	-0,016	0,010	-0,019	-0,008	0,006	0,004	0,016	0,009	-0,006	0,007						
F14	3,177	0,982	0,011	-0,008	-0,010	-0,020	-0,005	0,022	0,032	0,007	-0,003	-0,014	-0,009	-0,017	0,000					
F15	3,699	0,894	0,024	0,017	-0,013	-0,018	-0,008	-0,013	0,051	0,068	-0,002	0,046	-0,061	0,016	-0,015	-0,026				
F17	3,116	1,028	-0,001	0,018	-0,020	0,016	0,013	-0,031	-0,005	-0,019	-0,011	0,002	0,019	0,015	0,011	0,027	-0,022			
F18	2,587	1,166	0,051	-0,006	0,010	-0,018	-0,020	0,014	-0,006	0,040	-0,005	0,043	-0,047	0,034	0,013	0,035	0,009	-0,015		
F19	4,370	0,754	-0,035	-0,034	-0,049	-0,001	0,059	0,014	0,009	-0,019	-0,020	-0,012	0,116*	0,014	-0,010	-0,017	-0,034	0,043	-0,017	
F20	4,387	0,726	0,010	0,010	0,027	-0,037	0,007	0,000	0,021	0,030	0,000	0,034	-0,007	0,004	-0,026	0,017	0,028	0,031	0,015	0,076

Fuente: elaboración propia

## 5. Satisfacción de los turistas y residentes: Resultados

Una vez comprobada la fiabilidad y validez de las dos escalas empleadas para medir la satisfacción de residentes y turistas se procede a realizar un análisis con el fin de contrastar las hipótesis planteadas en este estudio.

### 5.1 Satisfacción de los turistas con los atractivos, productos y servicios turísticos

Como punto de partida se inicia con el estudio de los turistas. Se puede

apreciar en la tabla 8 los resultados de la regresión lineal, que muestran que existen variables en el modelo que no son estadísticamente significativas, lo cual significa que su resultado pudo haber sido basado en un “efecto random”, por lo que no se toman en cuenta para conclusiones concretas en este estudio y se recomienda ser examinadas más a profundidad con otros métodos de análisis. Sin embargo, se puede deducir que ciertas variables como tiendas souvenirs, facilidad para moverse en las calles, precios de las artesanías, la seguridad entre otras, tienen incidencia en la satisfacción de los turistas.

**Tabla 8**  
**Regresión Lineal satisfacción global de los turistas**

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics					
Multiple R		0.78833651			
R Square		0.621474454			
Adjusted R Square		0.582727744			
Standard Error		0.269894365			
Observations		141			

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	13	15.18865934	1.168358411	16.03941243	4.68163E-21
Residual	127	9.251056972	0.072842968		
Total	140	24.43971631			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Estadística Sign.
Intercept	1.527916033	0.303715103	5.030754211	1.6291E-06	Si
Comida y bebida	0.031951639	0.032372218	0.987008009	0.325515408	No
Tiendas souvenirs	0.344513504	0.050465337	6.826735412	3.20223E-10	Si
Facilidad para encontrar una calle o lugar	0.107543766	0.039420172	2.728140455	0.007271938	Si
Precios de artesanías	0.091138422	0.027240296	3.345720674	0.001055528	Si
Precios de alimentos	0.012312464	0.019780099	0.622467264	0.534654471	No
Precios de alojamiento	0.03592146	0.01122669	3.199648213	0.001737936	Si
Hospitalidad del local	0.04560669	0.024935893	1.828957556	0.069752053	No
Limpieza de las calles	-0.015621904	0.028583837	-0.546529281	0.585578394	No
Facilidad para moverse	0.190798238	0.035953606	5.30679007	4.81226E-07	Si
Naturaleza y paisajes	0.060728287	0.038731542	1.567928469	0.119386105	No
Información de turismo	0.047199192	0.02248677	2.098976082	0.037627371	Si
Seguridad	0.187797581	0.027482557	6.833337374	3.09628E-10	Si
Cultura	0.00687839	0.018013011	0.381856765	0.703150752	No

Fuente: elaboración propia

Partiendo de los coeficientes que muestra la tabla 9 se puede observar con más detalle las variables que tienen una

influencia positiva sobre la satisfacción global de los turistas en su experiencia en Usiacurí:

**Tabla 9**  
**Influencia de las variables sobre la satisfacción global de los turistas**

Variable	Coficiente	Influencia sobre la satisfacción global de la experiencia del turista en Usiacurí	Resultado significativo
Lugares para comer y tomar	0,031	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad en la categoría de comida y bebida (e.g. de 3 a 4) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,031.	No
Tiendas souvenirs**	0,344	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad la categoría de "tiendas de regalos y artesanías" (e.g. de 4 a 5) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,344.	Si – variable con mayor influencia sobre la satisfacción global del turista.
Facilidad para ubicar una calle	0,010	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad la categoría de "facilidad para ubicar una calle" (e.g. de 4 a 5) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,010.	Si -
Precios de artesanías	0,091	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad la categoría de "Precios de artesanías" (e.g. de 4 a 5) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,091.	Si –
Precios de alimentos	0,012	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad la categoría de "Precios de alimentos" (e.g. de 4 a 5) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,012.	No -
Precios de alojamiento	0,035	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad la categoría de "Precios de alojamiento" (e.g. de 4 a 5) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,035.	Si -
Hospitalidad del local	0,045	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad la categoría de "Hospitalidad del local" (e.g. de 4 a 5) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,045.	No -
Transporte público	0,019	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad la categoría de "Transporte público" (e.g. de 4 a 5) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,019.	Si -
Información de turismo	0,047	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad la categoría de "Información de turismo" (e.g. de 4 a 5) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,047.	Si -
Naturaleza y paisajes	0,060	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad la categoría de "Naturaleza y paisajes" (e.g. de 4 a 5) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,060.	No -
Seguridad	0,18	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad la categoría de "Seguridad" (e.g. de 4 a 5) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,18.	Si -
Cultura	0,0068	Influencia positiva. Un incremento de 1 unidad la categoría de "Cultura" (e.g. de 4 a 5) resultaría en un incremento en el nivel de satisfacción de 0,0068.	No -

Nota: \*\*Es decir, un incremento de 1 unidad (por ejemplo, de 3 a 4) en el rating de "tiendas para comprar regalos" resultaría en un incremento de 0.34 en la satisfacción global del turista. Adicionalmente, la variable de "tiendas de regalos" es la variable con mayor impacto y significatividad estadística, por lo cual se puede mencionar que esta es una de las variables más influenciada según el modelo. Por lo tanto, resulta de interés estudiar este punto más a profundidad si se quiere incrementar la satisfacción de los turistas en su visita a Usiacurí.

Fuente: elaboración propia

Como se esperaba inicialmente, las relaciones entre las variables independientes con la dependiente son positivas. Con la excepción de la variable de limpieza, sin embargo, se observa que esta variable no es estadísticamente significativa por lo que su resultado no puede ser generalizado en este modelo.

Las variables que mayor influencia tiene sobre la variable de satisfacción global del turista son:

La variable de “tiendas de artesanías, regalos y detalles” es la variable con mayor impacto y significatividad estadística, por lo cual se puede mencionar que esta es una de las variables más influenciada según el

modelo. También es valorada la variable “Facilidad para moverse” y “Seguridad”, por lo que se puede inferir que la mayoría de los turistas encuestados van hacer compras de productos artesanales y quieren seguridad pública para recorrer los espacios recreativos y turísticos.

Cabe mencionar que las variables con más influencia sobre la satisfacción global de los turistas son aquellas variables asociadas con una estadía corta. La mayoría de visitantes encuestados lo hacen solo como paseo de algunas horas (86,7%) y pocos visitantes pasan más de un día (13,3%). En la Tabla 10 se presenta el listado de variables acorde a su nivel de influencia:

**Tabla 10**  
**Nivel de influencia de las variables**

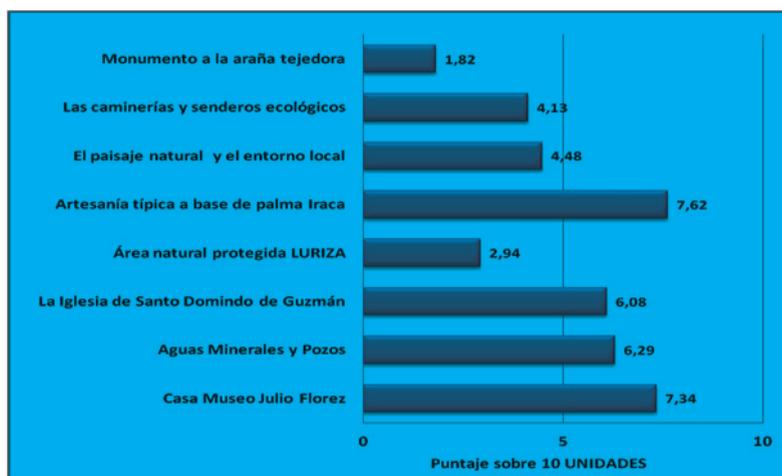
Variables	Influencia
Tiendas souvenirs	0,34
Facilidad para moverse	0,19
Seguridad	0,19
Facilidad para encontrar una calle o lugar	0,11
Precios de artesanías	0,09
Naturaleza y paisajes	0,06
Información de turismo	0,05
Hospitalidad del local	0,05
Precios de alojamiento	0,04
Comida y bebida	0,03
Precios de alimentos	0,01
Cultura	0,01
Limpieza de las calles	-0,02

Fuente: elaboración propia

Otro aspecto de especial interés en este análisis consiste en indicar el principal atractivo turístico del municipio (gráfico 1), el cual como se puede suponer en base a los datos arrojados hasta el momento, el primer lugar

corresponde a la artesanía típica a base de Palma de Iraca, de donde se derivan todas las artesanías que se ofertan en las tiendas para comprar regalos y detalles, seguido de la casa museo Julio Flores y las Aguas Minerales y Pozos.

**Gráfico 1**  
**Valoración de los espacios turísticos del municipio Usiacurí**



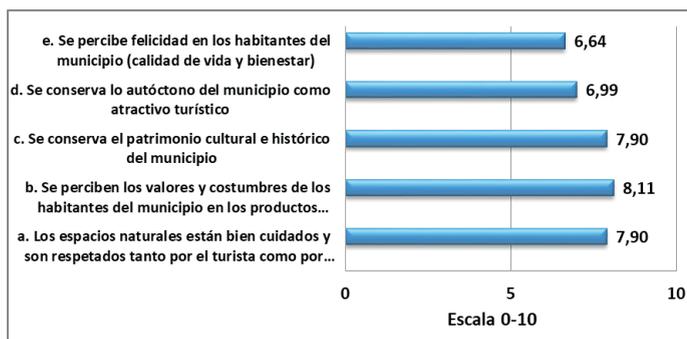
Nota: Valoración realizada por los turistas con escala numérica de 0 a 10 donde el 0 es ninguna importancia y 10 mucha importancia.

Fuente: elaboración propia

En este sentido, alcanzar la satisfacción de los turistas se convierte en una cuestión de gran importancia para el municipio y sus habitantes, dado que, de ello dependerá que se repita su visita. Por lo tanto, es de interés conocer las razones por las cuales los visitantes consideran que el turismo en Usiacurí es sostenible (gráfico 2), y desarrollar una adecuada estrategia para que tanto visitantes como locales se sientan satisfechos y felices con el desarrollo de un turismo sostenible en el municipio, que contribuya con el desarrollo local. Por consiguiente, se puede suponer que

existe una relación entre la satisfacción con la actividad turística que se lleva a cabo en el municipio y la satisfacción con la vida de los residentes de Usiacurí, tal como se aprecia en el gráfico 3. De igual manera, en la misma figura, se puede apreciar que existe bastante satisfacción con el turismo, incidiendo ello de manera positiva en la relación residente-turista, ambos actores se encuentran altamente satisfechos, así que, se puede inferir que el nivel óptimo de satisfacción de los residentes, incrementa de manera considerable el grado de satisfacción de los turistas.

## Gráfico 2 Razón del turismo es sostenible en Usiacurí – Perspectiva de los turistas



Nota: Valoración realizada por los turistas con escala numérica de 0 a 10 donde el 0 es ninguna importancia y 10 mucha importancia.

Fuente: elaboración propia

### 5.2 Relacionamiento de los actores (turistas y residentes) del turismo sostenible para el desarrollo local del municipio

A la vista de la existencia de una relación positiva entre residentes y turistas, conviene resaltar que ello ha generado bienestar y desarrollo en la comunidad, la evidencia empírica muestra que la implementación de los programas turísticos en la localidad han generado suficientes empleos para la comunidad nativa (76%) se percibe más seguridad (74%) ha generado sentimiento de pertenencia y orgullo por su destino (91%) mayor plusvalía de terrenos y propiedades en el municipio (91%) les permite disfrutar de la infraestructura y hacer uso de las instalaciones turísticas (86%) y sobre todo lo más importante, la gente siente más feliz, alegre y satisfecha (87%), además perciben que el turismo ha sido

beneficioso (87%).

De la misma manera resulta interesante resaltar que la actividad turística ha permitido mejoras en infraestructura, servicios públicos y conectividad. Los encuestados opinan en 81% que los programas turísticos han propiciado la calidad de los servicios públicos (agua, energía, aseo, alcantarillado, etc.). También han permitido el acceso a internet gratuito cerca de la zona turística (78%) y facilitado la conexión vial mediante vías de acceso en buen estado (89%) así que los cambios en la calidad de vida de la comunidad receptora han sido influenciados por la relación positiva que existe entre turista y residente (87%) y el desarrollo de la cadena socioproductiva de turismo (89%); estos dos elementos han contribuido de manera directa con el nivel de satisfacción de los residentes con la actividad turística (87%).

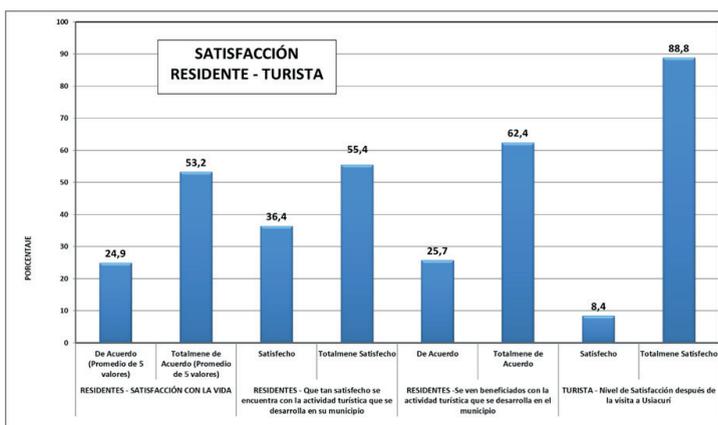
Para indagar sobre la satisfacción

con la vida y el desarrollo del turístico en el municipio; se preguntó sobre ciertos valores, su cultura y tradiciones, los encuestados respondieron que valoran el trabajo colaborativo (72%) la paz (81%) el ambiente y los recursos naturales (85%) su identidad, cultura, tradiciones y valores (85%). Por otra parte, se consideran plenamente satisfecho con su vida en 85% y con la actividad turística en un 89%, identificando que se ven favorecidos con el turismo que se realiza en el municipio (87%) y ello ha repercutido en el desarrollo local. Por lo tanto, se puede inferir que la cadena socioproductiva del turismo tiene un alto componente de valor social, incidiendo directamente en la calidad de vida y la satisfacción con la vida que tienen los residentes. De igual manera consideran que el turista es importante y hay que ser amable y educados para prestar un servicio de calidad (89%). En el

gráfico 3 se puede apreciar, desde la perspectiva del turista, que se percibe felicidad y bienestar en los habitantes del municipio, además los turistas resalan los aspectos que hacen de Usiacurí un destino turístico sostenible (conservación de espacios naturales, presencia de valores y costumbres, conservación del patrimonio cultural e histórico, entre otros).

A esto hay que añadir que los residentes consideran que el turismo es una actividad económica buena y genera prosperidad (87%), tienen una opinión favorable hacia el turista (91%) se muestran a favor de las nuevas instalaciones que se crean para el turismo (85%) considerando que el impacto arquitectónico y urbanístico del turismo es positivo y se refleja en el desarrollo que perciben que han tenido en los últimos 10 años.

**Gráfico 3**  
**Satisfacción de los Residentes Vs. Satisfacción de los Turistas**



Fuente: elaboración propia

Por lo tanto, el tener conciencia de que tan satisfechos están los turistas que visitan el municipio, los principales espacios considerados como grandes atractivos turísticos, su valoración como destinos sostenibles (Norma Técnica Sectorial NTS-TS-001-01-2014) y la satisfacción mostrada por el artesano y por el prestador de servicio turístico, así como del residente son de vital importancia para un turismo sostenible. Así que resulta de interés saber si existe alguna relación entre las características individuales de los residentes con respecto a su percepción sobre la actividad turística que se desarrolla en el municipio.

Con el propósito de contrastar si en realidad existen diferencias significativas en cuanto a la percepción que tienen los residentes sobre su satisfacción con el

turismo en función con sus características individuales, se procede a realizar un análisis de varianza ANOVA. La tabla 11 muestra los resultados obtenidos. Como se puede apreciar existe una relación significativa con la “edad” y “la cercanía de la vivienda con alguno de los atractivos turísticos”. Una posible explicación puede ser que los residentes que más se benefician directamente del turismo por su ubicación en los puntos de mayor desarrollo turístico, perciben que están más satisfechos debido a que sacan mayor provecho a oportunidades de: ingresos derivados de venta de artesanías y comida, mejora de los servicios y de infraestructura públicas. Así mismo la edad puede estar asociada a que los más jóvenes y los de edad madura encuentran oportunidades de empleo, inversión y negocios.

**Tabla 11**  
**Satisfacción de los residentes con el turismo**  
**Análisis de la varianza ANOVA para la escala con**  
**componentes específicos y con algunas particularidades**  
**individuales.**

	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Género	0,414	0,799
Rango de Edad	5,360	0,000
Nivel de Escolaridad	1,064	0,374
Cercanía al Municipio	5,710	0,000
Actividad Económica	0,464	0,762
Ingreso Familiar	0,457	0,767
F1	0,972	0,423
F2	13,327	0,000
F3	0,086	0,987
F4	0,541	0,706
F5	1,191	0,314
F6	0,272	0,896
F7	0,601	0,662
F8	1,344	0,253
F9	2,037	0,089

**Cont... Tabla 11**

F10	0,368	0,831
F11	1,582	0,178
F12	1,119	0,347
F13	0,449	0,773
F14	0,415	0,798
F15	0,763	0,550
F17	0,733	0,570
F18	0,645	0,631
F19	0,452	0,771
F20	0,885	0,473

Fuente: elaboración propia

A través de un análisis de regresión lineal se trata de estudiar con más detalle los datos obtenidos con el ANOVA (tabla 12), así se tiene que el modelo logra explicar en un 30% la variabilidad de la satisfacción de los residentes con el turismo, con sus componentes específicos y las características individuales de los residentes, siendo

el modelo significativo en su conjunto. A partir de la regresión se observa que solo tres variables son óptimas para la regresión: edad, cercanía de la vivienda a los atractivos turísticos y la satisfacción con la vida. En base a esos resultados, se encuentra evidencia en apoyo a las hipótesis H3 y H5.

**Tabla 12**  
**Satisfacción de los residentes con el turismo**  
**y con los componentes específicos que lo caracterizan**  
**Resultados de la regresión para la escala**

Variable independiente	Coef. No Estand.	Coef. Estand.	t	Sig.
Constante	3,417		13,997	0,000
F2	0,019	0,020	0,368	0,713
Edad (Ref. 18-35)				
31-45	0,404	0,211	3,822	0,000
46-más	0,257	0,121	2,174	0,030
Cercanía de la vivienda a los atractivos turísticos (Ref. Lejos >1KM)				
Cerca(<1KM)	-0,008	-0,004	-0,081	0,935

Nota: R2 Corregida= 0,27

F=3,781 (p&lt;0,06)

Fuente: elaboración propia

Respecto al resto de variables no se observan relaciones significativas, por lo tanto y de manera resumida puede afirmarse que no se obtiene evidencia empírica suficiente para la verificación de las hipótesis H2, H4, H6 y H7 relativas a las características individuales de los residentes.

En términos globales los resultados obtenidos en esta investigación se explican desde lo planteado por Otero, Pérez y Torres (2016) y Orgas (2014), al considerar que la satisfacción de los residentes con el turismo es fundamental para la sostenibilidad del turismo, y con ello se contribuye al desarrollo local. Al tener altos niveles de satisfacción se asegura una buena relación entre residentes y turistas. Estos datos también son coherentes con lo planteado por Royo y Ruiz (2009) al presentarse una relación positiva entre la actitud de los residentes hacia el turismo, la cual puede diferir en función a características personales de como el residente percibe la actividad turística. Siendo el caso particular de este estudio la variable "edad" y "cercanía de la vivienda a los puntos de atracción turística" las más significativas a la hora de valorar el turismo que se realiza en Usiacuri.

Un aspecto también importe a resaltar es la satisfacción con la vida que sienten los residentes del municipio, que también se podría considerar como una variable estadísticamente significativa del modelo de regresión lineal, explicando de esta manera (desde una perspectiva cognitiva y emocional) su incidencia en la satisfacción de los residentes con la actividad turística y todos los componentes específicos que lo caracterizan.

Por otra parte, los datos obtenidos permiten apoyar la premisa de la Organización Mundial del Turismo

(2005:64), donde se señala que la baja satisfacción del residente genera hostilidad y aleja a los turistas, cuestión que no ocurre en Usiacuri. Al analizar el nivel de satisfacción de los turistas, los resultados muestran que es bastante alta, por lo que se infiere que los turistas logran satisfacer sus necesidades a través de la atención y servicios brindados por los usiacureños.

Finalmente haciendo una relación de la satisfacción residente - turista y la definición de desarrollo local propuesta por Linares y Morales (2014), se puede afirmar que Usiacuri está llevando un buen proceso, pues la satisfacción de los turistas es resultado de la buena interacción de distintos actores dentro del territorio para impulsar el desarrollo territorial sostenible.

## **6. A modo de conclusión**

Se concluye que existe una relación entre la satisfacción con la actividad turística que se lleva a cabo en el municipio y la satisfacción con la vida de los residentes de Usiacuri. De igual manera, manera existe una positiva relación entre residente-turista, ambos actores se encuentran altamente satisfechos por lo que se infiere que el nivel óptimo de satisfacción de los residentes, incrementa de manera considerable el grado de satisfacción de los turistas. Los residentes se encuentran altamente satisfechos con los efectos positivos que perciben como consecuencia de esta actividad. La satisfacción de turistas gira en torno a los atractivos, productos y servicio turísticos, entre ellos destacan la calidad de las tiendas de artesanías, la facilidad que brindan los distintos espacios para moverse y seguridad que tiene toda la zona. En síntesis, en cuanto sea mayor

la satisfacción con el turismo mejor serán la atención de los residentes hacia los turistas.

En este sentido, alcanzar la satisfacción de los turistas se convierte en una cuestión de gran importancia para el municipio y sus habitantes, reconociendo con ello que la actividad turística plantea una singular relación con el desarrollo local, al reivindicar el territorio como expresión y construcción social, que busca minimizar la pobreza y la exclusión, el uso sostenible de la biodiversidad y la protección de sus valores y costumbres, así como de su historia.

Queda claro que el turismo sostenible para el municipio es expresión de satisfacción, calidad y bienestar social, factores psicosociales determinantes para formular, sostener y mantener una política pública que se apoye en una cultura de paz para el desarrollo local.

## Referencias Bibliográficas

- Gauna Ruiz, Carlos (2017), Percepción de la problemática asociada al turismo y el interés por participar de la población: caso Puerto, **Revista El Periplo Sustentable** Num 33, pp 252-290.
- González Fontes, Ramón (2015), Implementación de la estrategia de desarrollo municipal, eje articulador del sistema de gestión del desarrollo local, *Retos de la Dirección*, vol 9, núm1, pp 121-144. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v9n1/rdir06115.pdf>
- Guzón, A 2006, Estrategias municipales para el desarrollo, En *Desarrollo local en Cuba: Retos y Perspectivas*, La Habana: Academia. <http://www.cedel.cu/wp-content/uploads/2018/10/0012-Desarrollo-Local-en-Cuba.-Retos-y-Perspectivas.pdf>
- Linares, Hermys Lorenzo y Morales Garrido, Geily (2014), Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo PASOS, **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, vol. 12, núm. 2, enero-abril, Universidad de La Laguna El Sauzal (Tenerife), España, pp 453-466.
- Moreno, Zahira; Castellanos, Maria; Ziritt, Gertrudis y Silva, Harold (2018), Felicidad laboral y PyMES: Miradas desde un contexto latinoamericano en conflicto. **Revista Opción**, Año 34, Especial No.18, pp 1037-1068.
- Moreno, Zahira; Ziritt, Gertrudis; Ramos, Marcela (2019), **Valoración Multicriterio de Atractivos y Recursos turísticos en el Municipio Usicuri – Atlántico, Colombia**, en Libro *Diálogo de Saberes III*, Volumen 2.
- Organización Mundial del Turismo – OMT (1997), **Desarrollo Sostenible del Turismo**. Recuperado en: <http://sdt.unwto.org/es>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) y La Organización de los Estados Americanos (OEA) (2018), **El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas**, Organización Mundial del Turismo, Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419937>.
- Orgaz Agüera, Francisco (2014), Turismo y cooperación al desarrollo: un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos, **Periplo Sustentable**, núm. 26.
- Otero Gómez, M.C., Pérez Giraldo W., y Torres Duarte L.K (2016), Satisfacción con un destino turístico: Una investigación en Villavicencio (Colombia). In **Vestigium Ire**. Vol, pp 97-132.

- Ratz, T (2000), **Residents' perception of the sociocultural impacts of tourism at Lake Balaton, Hungary**. En D. H. Richards, *Tourism and sustainable community development*. UK: Routledge.
- Rojas Pinilla, Humberto (2009), Entre lo ideal y lo real; ¿los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la Organización de las Naciones Unidas contribuirían al desarrollo rural territorial?, **Cuadernos Des. Rural**, Bogotá (Colombia), vol 6, n° 62, pp 145-171.
- Royo, Marcelo y Ruiz, María (2009), Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural, **Cuadernos de Turismo**, n° 23, pp 217-236.
- Ziritt, Gertrudis; Baldovino, Karen; Moreno, Zahira (2019), **Turismo Alternativo y mecanismos colaborativos como expresión del desarrollo local: Usiacurí como caso de estudio**, Libro Diálogo de Saberes III, Volumen 1.