

Bastidas, Rosa

**Lineamientos estratégicos
para el desarrollo de la
industria del turismo en
Venezuela. Caso: Ecoturismo
Isla La Tortuga**

**Tesis para la obtención del título de
posgrado de Magister en Dirección de
Empresas**

Director: Bernhardt, José Alejandro

Documento disponible para su consulta y descarga en Biblioteca Digital - Producción Académica, repositorio institucional de la Universidad Católica de Córdoba, gestionado por el Sistema de Bibliotecas de la UCC.



[Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial-Sin Obra Derivada 4.0 Internacional.](#)



UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CÓRDOBA
Universidad Jesuita

INSTITUTO DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Trabajo Final de Maestría en Dirección de Empresas

**LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA
DEL TURISMO EN VENEZUELA**

Caso: Ecoturismo Isla La Tortuga

Autor: Rosa Bastidas

Director: Bernhardt, José Alejandro

Córdoba, 2022

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso, en quien me inspiro cada mañana al emprender mi camino y a quien agradezco cada noche al celebrar mi llegada.

A mis hijos Mónica y Ricardo, a quienes con mucho amor dedico mi vida entera, mis logros y mis desafíos, y a mi esposo Roberto Colladon, mi gran compañero de vida.

A mis padres, a quienes debo mi existencia y el ejemplo más grande de constancia, perseverancia, respeto y honestidad, a ellos debo el orgullo de ser mujer emprendedora.

A mis abuelos, mis primos Alejandro y Cecilia, a mi tío Felipe y a mis inolvidables amigas Doris y Flor, porque desde el cielo siempre me acompañan, a ellos debo la sabiduría de la vida, el ejemplo de la serenidad y el amor.

A mi hermana y a mis sobrinos, quienes siempre han creído en mí y para quienes siento la necesidad de marcar un camino de perseverancia, disciplina y crecimiento personal.

A mi estimado profesor Ph. D. José Alejandro Bernhardt, por guiarme y orientarme con su valiosa experiencia profesional a plasmar la visión de desarrollo; motivo del presente Trabajo.

A todos aquellos niños y jóvenes que por razones ajenas no han tenido la oportunidad de un hogar y la posibilidad de un estudio.

A la gerencia estratégica, porque todos somos gerentes y todos somos estrategas, porque cada día vamos al campo de batalla y el verdadero éxito no está en ganar, sino en el saber luchar.

A todos ellos, dedico agradecida el presente Trabajo Final de Maestría.

ABSTRACT

La investigación que a continuación se presenta, ha sido realizada con el propósito de analizar los lineamientos estratégicos para el desarrollo de la industria del turismo en Venezuela a través del ecoturismo, seleccionando la Isla La Tortuga como caso referencial. Metodológicamente, responde al diseño No Experimental, tipo de investigación exploratoria y documental, del nivel descriptivo y bajo el enfoque Cualitativo. La unidad de análisis se conformó por la industria turística venezolana, concentrando enfático interés en la Isla La Tortuga, sobre la cual se recolectaron los datos, a través de la interpretación de perspectivas teóricas.

Con relación a los instrumentos y técnicas para acopiar y procesar los datos, se utilizó el análisis, la revisión documental y la observación, las cuales aproximaron a conocer y entender la situación controversial del turismo en Venezuela en los últimos tiempos, con relación a las variables e indicadores identificados en los objetivos específicos planteados. La información obtenida fue procesada mediante la interpretación cualitativa de cada una de las teorías expuestas, derivando ideas conclusivas finales que estimulan a discernir la importancia de incursionar en alternativas tácticas no convencionales en materia turística, que difieran del modelo financiero rentista adoptado en el país, enfatizando interés en los medios, materiales y recursos de promoción e inversión que connota el ecoturismo en el archipiélago seleccionado.

Palabras Claves: Industria turística venezolana, isla La Tortuga, Ecoturismo, lineamientos estratégicos.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I – TEMA DE ESTUDIO	
1.1 Planteamiento del Problema	4
1.2 Justificación y Relevancia	9
1.3 Objetivos	10
1.3.1 General	10
1.3.2 Específicos	10
1.4 Alcances	11
1.5 Limitaciones	11
1.6 Aspectos Metodológicos	11
1.6.1 Tipo de Investigación	11
1.6.2 Diseño de la Investigación	12
1.6.3 Unidad de Análisis	13
1.6.4 Instrumentos y Técnicas para Acopiar y Procesar Datos	14
1.6.5 Fases de la Investigación	16
CAPITULO II – MARCO TEÓRICO	
2.1 Gerencia Estratégica	18
2.1.1 Terminología Clave en el Estudio de la Gerencia Estratégica	19
2.1.2 Etapas en el Proceso de Gerencia Estratégica	21
2.1.3 Modelo de Gerencia Estratégica	22
2.1.4 Lineamientos Estratégicos	23
2.1.5 Marco Analítico de Formulación de Estrategias	25
2.2 La Industria del Turismo	28
2.2.1 El Producto Turístico	31
2.2.2 El Turismo en Venezuela	32
2.2.3 Ecoturismo	33
2.2.4 Isla La Tortuga. Ubicación y Características	34
2.3 Clústers	43
2.3.1 El Modelo de Clúster Turístico	44
2.4 Bases Legales	46

2.4.1 Políticas Públicas	48
--------------------------------	----

CAPÍTULO III - DESCRIPCIÓN DEL ARCHIPIÉLAGO

3.1 Misión y Visión	50
3.2 Desarrollo Económico	50
3.3 Ecoturismo	52
3.4 Posicionamiento Nacional	53
3.5 Principales Turistas Nacionales y Extranjeros	54
3.6 Itinerarios Turísticos	55
3.7 Proceso de la Zonas Económicas Especiales	56
3.8 Riesgos Ambientales	57

CAPÍTULO IV - ANÁLISIS DEL DESARROLLO ECOTURÍSTICO EN ISLA LA TORTUGA

4.1 Situación actual de la Industria Turística en Venezuela	60
4.1.1 Demanda Turística	61
4.1.2 Clasificación de la Demanda Turística	61
4.1.2.1 Demanda turística real	62
4.1.2.2 Demanda turística suprimida	62
4.1.2.3 No demanda turística	62
4.1.3 Enfoque de la Demanda	62
4.1.4 Calidad de Servicio	63
4.1.5 Nivel de Renta Nacional	65
4.1.6 Valor de la Moneda	66
4.1.7 Nivel de Gasto en Turismo	68
4.1.8 Estado del Ciclo Económico	69
4.1.9 Nivel General de Precios	70
4.1.10 Nivel de Precios Relativos	71
4.2 Alternativas de Inversión en el Sector Ecoturístico Venezolano	73
4.2.1 Regulación Económica	73
4.2.2 Nivel de Competencia de la Oferta	74
4.2.3 Devaluación de la Moneda	75
4.2.4 Derecho a Vacaciones Remuneradas	76

4.2.5 Campañas de Marketing	77
4.2.6 Elementos de la Campaña de Marketing	78
4.3 Modelos de Negocios para el Desarrollo Estratégico del Ecoturismo	79
4.3.1 Canvas	79
4.3.2 PESTEL	82
4.3.2.1 Factores Políticos / Legales	85
4.3.2.2 Factores Económicos	87
4.3.2.3 Factores Socioculturales	89
4.3.2.4 Factores Tecnológicos	90
4.3.2.5 Factores Ambientales	90
4.3.3 Diagnóstico DOFA	91
4.3.4 5 Fuerzas de Porter	97
4.3.5 Clúster – Fuerzas Evolutivas y Constructivas	99
4.3.5.1 Mapa del Clúster	100
4.3.6 Cadena de Valor	102
4.4 Estrategias de Acción para el Ecoturismo en Venezuela	103
4.4.1 Ordenamiento y Planificación de las Áreas	103
4.4.2 Determinación de los Requerimientos de Infraestructura, Planta Turística y Actividades Permitidas	105
4.4.3 Establecimiento de Programas de Monitoreo y Aplicación de Correctivos para los Impactos Negativos	108
4.4.3.1 Económicos	108
4.4.3.2 Socioculturales	109
4.4.3.3 Sobre el Entorno Cultural	110
4.4.4 Determinación de las Responsabilidades de los Actores Regionales y Locales	110
4.4.5 Formación, Capacitación y Sensibilización de los Actores Regionales y Locales	112
4.4.6 Promoción y Comercialización de los Servicios	113
4.4.6.1 Estrategias de Comercialización	114
4.4.6.2 Estrategias de Producto	115
4.4.6.3 Estrategias de Precios	115
4.4.6.4 Estrategias de Distribución	115
4.4.6.5 Estrategias de Comunicación	115

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	116
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	121

INDICE DE FIGURAS

Figura II-1. Modelo de Gerencia Estratégica	22
Figura II-2. Ubicación Geográfica isla La Tortuga	35
Figura II-3. Isla La Tortuga	36
Figura II-4. Tortuguillo, isla La Tortuga	37
Figura II-5. Punta de Arenas, isla La Tortuga	38
Figura II-6. Boca de Cangrejo, isla La Tortuga	39
Figura II-7. Punta de Mulatos, isla La Tortuga	39
Figura II-8. Garambeo, isla La Tortuga	40
Figura II-9. Laguna de Carenero, isla La Tortuga	41
Figura II-10. Punta del Este, isla La Tortuga	41
Figura II-11. Playa Caldera, isla La Tortuga	42
Figura II-12. Los Palanquines, isla La Tortuga	43
Figura IV-1. Modelo Canvas	80
Figura IV-2. Análisis PESTEL	83

INDICE DE ESQUEMAS Y CUADROS

Esquemas y Cuadros IV-1. Canvas “desarrollo del turismo – isla La Tortuga”.....	82
Esquemas y Cuadros IV-2. Diagnóstico DOFA	92
Esquemas y Cuadros IV-3. Diagnóstico DOFA, estrategia FO	93
Esquemas y Cuadros IV-4. Diagnóstico DOFA, estrategia DO	94
Esquemas y Cuadros IV-5. Diagnóstico DOFA, estrategia FA	95
Esquemas y Cuadros IV-6. Diagnóstico DOFA, estrategia DA	96
Esquemas y Cuadros IV-7. Mapa del Clúster modelo	101
Esquemas y Cuadros IV-8. Mapa del Clúster	101

INTRODUCCION

Entre las características de la República Bolivariana de Venezuela, exalta su gran diversidad de paisajes, monumentos naturales y una infraestructura hotelera que, en tiempos pasados, iba en continuo crecimiento y progreso, aunado a atractivas y versátiles expresiones culturales, así como también la aun existente biodiversidad en sus ecosistemas, ubicándose como el sexto país en el mundo con mayor especie de aves. Todo ello, cataloga a Venezuela como una nación privilegiada para el desarrollo de la industria turística, la cual, a su vez, presenta regiones y ciudades cosmopolitas que son geográficamente cercanas a los atractivos turísticos más categóricos, revistiendo esto ciertas ventajas que, a nivel competitivo, no presentan muchos países.

Ahora bien, el sector turístico venezolano, aunque presenta características y condiciones geográficas favorables, ha presentado en los últimos tiempos una serie de factores contraproducentes que, en una connotación política, económica y social, evidencia una fuerte repercusión sobre la afluencia e inversión turística en dicho país. De allí, surge la necesidad de incursionar en otras alternativas turísticas, como lo incentiva el primer mandatario del país, al exponer: “el turismo es el arma secreta para potenciar las bondades de Venezuela y reactivar la economía del país, sustituyendo totalmente el modelo rentista petrolero”. (Maduro, 2021).

Así pues, entre las opciones económicas actuales no rentistas, se encuentra el ecoturismo, el cual se presta para solventar o revertir en gran medida la problemática del sector turístico venezolano en cuestión, en virtud de la naturaleza rica y diversa que caracteriza al país. De tal manera, a través del ecoturismo se incentiva la conciencia y el respeto ambiental y cultural, lo que propicia como producto experiencias benévolas, tanto para turistas como para locales, y proporciona beneficios financieros directos al país, en pro de la conservación como estrategia positiva para la problemática en cuestión.

Desde la perspectiva que aquí se adopta, destinada a abordar posibles tácticas administrativas que contribuyan al resarcimiento del deterioro administrativo – financiero de los últimos tiempos en la industria turística venezolana, se selecciona el ecoturismo, concentrando interés investigativo en la isla La Tortuga, ubicada geográficamente en las

Antillas Menores y administrativamente, hace parte de las Dependencias Federales Venezolanas. Ubicada al Sur del Mar Caribe y frente a las costas, la cual, resulta viable para tales propósitos al ser un archipiélago de territorio totalmente virgen, donde la tranquilidad se regocija entre sus aguas de color azul turquesa, además de describir arenas blancas y una diversidad de veinticuatro especies de aves, un refugio de tortugas marinas, entre los más importantes atributos turísticos.

Retomando la idea, “La Tortuga se potencia como una oportunidad para la captación de divisas, a través de esta obra hecha por unos inversionistas venezolanos, quienes apuestan al desarrollo económico del Motor Turismo”. (Contreras, 2018). Sobre la base de esta realidad, se infiere la utilidad de desarrollar un estudio que, mediante una exploración documental, conlleve al análisis de lineamientos estratégicos para el desarrollo de la industria del turismo en Venezuela, a través del ecoturismo en la isla La Tortuga.

El estudio, ha sido desarrollado en capítulos, cuyos contenidos se detallan a continuación:

El Capítulo I, que concierne al problema de estudio, planteando la problemática objeto de la investigación, la justificación de la misma, establece el objetivo general y los específicos, limitaciones, alcances y, por último, los aspectos metodológicos.

El Capítulo II, desarrolla el marco teórico de la investigación, contemplando las bases teóricas que sustentan y explican las variables y la definición de los términos utilizados, según su significado y pertinencia en la investigación. Luego se presentan las bases legales que soportan la temática en estudio.

En el Capítulo III, se describe el marco organizacional de la Isla La Tortuga, partiendo desde el enfoque racional que establece su misión y visión como archipiélago, esbozando teórica y gráficamente su estructura interna y administrativa.

El Capítulo IV, presenta los resultados de la investigación, a través de la consecución de aspectos implicados en el análisis del desarrollo ecoturístico en la isla La Tortuga, reflejando,

además, ideas críticas que sirven de construcción deductiva a la problemática seleccionada, al responder a la formulación de los objetivos específicos del estudio.

El Capítulo V, expone las conclusiones y recomendaciones derivadas del desarrollo del estudio.

Finalmente, se reflejan las referencias bibliográficas empleadas durante la realización del trabajo investigativo.

CAPITULO I

TEMA DE ESTUDIO

1.1 Planteamiento del Problema

A lo largo de la historia de la humanidad, el hombre se ha visto en la necesidad de trasladarse de un lugar a otro por diversas razones, entre las que figuran la caza, la religión, el comercio, el entretenimiento e inclusive las guerras, por lo que su desplazamiento hacia zonas geográficas distintas a su lugar de origen fue siendo más constante y dinámico. Así, los romanos acostumbraban adquirir villas de verano, donde solían viajar en la búsqueda del silencio y la paz que no encontraban en las ciudades. También hay evidencias de la época de la ilustración (después de la Revolución Francesa), en que las clases sociales pudientes realizaban lo que se conoce como el Grand Tour, en el que asistían a actos culturales que se daban en las grandes ciudades de Europa.

Más adelante, hacia mediados del siglo XX, culminada la segunda guerra mundial, el desarrollo de los aviones comerciales contribuyó a que el turismo se convirtiera en una actividad de masas, ahora mucho más accesible y cómodo para mayor flujo de poblaciones; mientras que la tecnología que en este sentido se instauró en el sector aeronáutico, dio lugar a los vuelos comerciales desde y hacia cualquier parte del mundo. Se comprende pues, que los gobiernos comenzaron a integrar planes y programas de desarrollo al turismo, por lo que no tardó mucho tiempo en que esta industria se convirtiera en un área atractiva y rentable para los negocios. Al finalizar el siglo XX, la industria turística se había convertido en una actividad económica generadora de riqueza. En relación a ello, se dice que:

El turismo se ha considerado generalmente como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida), en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. Así, la actividad turística cobra una gran importancia en la economía debido a su elevada aportación a la generación de Valor Añadido Bruto (VAB) en la región receptora. (Sancho, 2011, p. 15).

Desde la perspectiva que aquí se adopta, el turismo se encuentra anclado a los beneficios económicos que puede percibir un país como producto de su actividad. En efecto, los registros económicos apuntan a otorgarle al turismo un lugar privilegiado como la segunda actividad mundial más importante tras la industria del petróleo y sus sectores derivados, ya que no sólo implica el ingreso por concepto de traslado, sino que además, dinamiza el consumo de productos y servicios en el país receptor.

Ahora bien, tras la llegada de la Pandemia por Covid-19 a principios del año 2020, la economía mundial se enfrenta a un período de recesión con importantes repercusiones para los gobiernos y los ciudadanos, en virtud de la paralización de actividades productivas, en conjunto con la disminución de los ingresos y los gastos de salud pública, implícitos en la estrategia de enfrentamiento de la pandemia. En todo caso, la industria turística no fue la excepción:

El turismo mundial experimentó un incremento del 4% en 2021, en comparación con 2020 (415 millones de turistas a nivel mundial frente a 400 millones). Sin embargo, las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) se mantuvieron un 72% por debajo de las de 2019, el año previo a la pandemia, según las estimaciones preliminares de la OMT (Organización Mundial del Turismo). Son cifras que siguen a las de 2020, el peor año en los anales del turismo, cuando se registró un descenso del 73% en las llegadas internacionales. Por subregiones, el Caribe registró los mejores resultados (+63% por encima de 2020, aunque un 37% por debajo de 2019), con algunos destinos acercándose a los niveles prepandémicos o superándolos. (OMT-Organización Mundial del Turismo. (2022, p. 1)

Sobre la base de esta realidad, con el avance logrado en la superación de la pandemia por Covid-19, la industria del turismo se enfrenta a nuevos retos y escenarios, debiendo, enfocarse en la reactivación de la actividad bajo criterios de seguridad, calidad, precio y servicios, al mismo tiempo en que otro hecho planetario como el cambio climático, viene a delinear un turismo hacia una mejor protección de los consumidores y del ambiente, razón por la cual, el ecoturismo cobra protagonismo en este contexto. En apoyo a este señalamiento, vale la pena comentar que:

Las características de esta nueva demanda turística están muy relacionadas con el conocimiento y la concientización de la crisis ambiental que sensibiliza a buena parte de la población y que ha planteado, en el mundo académico y político, intensos debates, los cuales han conducido a la conceptualización y aplicación del desarrollo sustentable/sostenible. (Guillen, 2005, p. 6723).

A tales efectos, existe consenso en que el ecoturismo tiene sus bases en la conservación del medio ambiente para el desarrollo sustentable en zonas naturales, en las que se pone a prueba la vida animal y silvestre en relación con la presencia del hombre, partiendo de la posibilidad de renovar los vínculos del hombre contemporáneo con el mundo natural que lo circunda. En relación a los beneficios del ecoturismo, se puede aseverar que:

La experiencia ecoturística involucra la visita a zonas con altos valores naturales y, en muchos casos, culturales. Asimismo, contribuye con el aprendizaje de quien las disfruta, con la conservación del ambiente y con el bienestar de las comunidades locales. El ecoturismo tiene la particularidad de equilibrar las necesidades de los visitantes con las del medio ambiente. Dicho equilibrio permite la posibilidad de fortalecer redes de cooperación, entre operadores ecoturísticos y autoridades de áreas protegidas, grupos conservacionistas y comunidades. (Mendelovici, Berman & McArthur, 2001, p. 3)

En atención a estas exposiciones, el ecoturismo puede considerarse como un área del turismo que se adapta a las exigencias del mundo actual, al ofrecer experiencias novedosas para el hombre y atender la necesidad de preservación del medio ambiente. Por lo tanto, se contempla como una alternativa estratégica que puede desarrollar la industria del turismo en diversos países.

A tales efectos, se selecciona Venezuela como objeto de estudio, por ser un país con características particulares, que permiten la aplicabilidad de estrategias de inversión en materia ecoturística, lo cual resulta ser favorable ante la conflictividad socio – demográfica y económica que presenta actualmente como nación latinoamericana, donde se han evidenciado cambios profundos a nivel político durante estas dos últimas décadas, predominando una gestión administrativa con resultados negativos y, sobre todo, endeudamientos externos importantes como producto del boom petrolero, excesivo gasto público, caída de la producción de petróleo

que, entre otros agentes factoriales, han provocado una agudizada crisis económica y social en el país.

Sin embargo, merece reconocimiento que -en el plano financiero- paulatinamente están sucediendo cambios sutiles, como la dolarización de la economía, que aun no oficializada como moneda de curso legal si se permite la facturación de operaciones comerciales en dólares americanos, esto implica actualmente el 68% de las operaciones en dólares y el efectivo circulante es en divisas. Así también, se ha abierto la posibilidad de exportar e importar, actividades que hasta hace poco eran imposibles. Todo esto vislumbra que al mediano plazo pudiera flexibilizarse el sector del turismo, una vez el escenario actual de la pandemia continúe siendo controlado para tal fin.

Ahora bien, desde la perspectiva geográfica, Venezuela se encuentra ubicada en el norte de América del Sur, conformada por un área continental y por un gran número de islas e islotes en el mar Caribe. Posee una extensión territorial de 916.445 km², constituida por 23 Estados Federales, un Distrito Capital que comprende la Ciudad de Caracas y las Dependencias Federales conformadas por más de 311 islas, islotes y cayos en su mayoría deshabitados. Posee cuatro regiones y, en cada una de ellas existe una diversidad biológica con atractivos naturales, que despiertan un gran potencial para el desarrollo de la industria del turismo; la región de los Andes, la región Caribeña, la región de los Llanos y la región de la Selva Amazónica.

Sustentando tal eje temático, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en su artículo 310, establece que el turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Este situado constitucional sirve, a la vez, de marco para la Ley Orgánica de Turismo (LOT) que rige la actividad, aunque en los planes económicos de la nación no se le ha otorgado al turismo una estrategia de desarrollo, por lo que la escasa infraestructura y servicios turísticos se encuentran en manos de la inversión privada. No obstante, en los actuales momentos, impresiona una evolución interesante en la visión que realizará el Estado en torno al turismo venezolano.

Visto esto, se concentra enfático interés investigativo en el archipiélago de la isla La Tortuga, la cual forma parte de las Dependencias Federales y se encuentra bajo la administración de la Armada Nacional. Este atractivo natural, ubicado al sur del mar Caribe, es la segunda isla más grande después de Margarita (estado Nueva Esparta), representando un territorio virgen que regala al visitante aguas con una temperatura natural y fina arena, manglares, arrecifes, islotes y cayos. Corroborando esto, el mandatario venezolano Nicolás Maduro, en ocasión de la Feria Internacional del Turismo en Venezuela (Fitven, 2021), aseveró: “Venezuela tiene una isla que es La Tortuga y está virgen para hacer turismo ecológico. Venezuela está lista para recibir todas las inversiones que se quieran hacer en el país, para la recepción de turismo en condiciones especiales”. (Diario Ultimas Noticias, 2021, p. 1)

Tomando como orientación estas declaraciones, se advierte la intención gubernamental de aplicar una estrategia de desarrollo del turismo a través de proyectos de inversión para el ecoturismo en la isla La Tortuga. Por otra parte, al analizar las características naturales de la isla antes descritas, se infiere que la existencia de un sistema jurídico para la inversión privada en Venezuela, así como una política de Estado que fortalezca el turismo nacional, serviría de referente para el desarrollo de la industria turística en Venezuela, específicamente en el caso seleccionado del ecoturismo en la isla La Tortuga.

Pregunta Principal

¿Cuáles son los lineamientos estratégicos a seguir para el desarrollo de la industria del turismo en Venezuela a través del ecoturismo en la isla La Tortuga?

Preguntas Secundarias

¿Cuál es la situación actual por la que atraviesa la industria del turismo en Venezuela?

¿Cuáles son las características de la industria del turismo en Venezuela en cuanto a bases legales de las políticas públicas gubernamentales, que facilitan las alternativas de inversión en el sector ecoturístico?

¿Qué modelos de negocios se pueden aplicar para obtener un análisis situacional sobre el desarrollo del ecoturismo en la Isla La Tortuga?

¿Qué estrategias de acción se requieren para desarrollar el ecoturismo en la isla La Tortuga y ser considerado una alternativa sostenible entre la industria del turismo y la protección del medio ambiente?

1.2 Justificación y Relevancia

Venezuela es un país con una amplia diversidad de ecosistemas, variedad en su flora, fauna y vida silvestre: es uno de los destinos turísticos más atractivos del mundo. Sin embargo, el turismo es un sector escasamente desarrollado en el país, pues al prevalecer una economía sustentada en la renta petrolera, han sido pocos los avances que en este sector se han obtenido para dinamizar y diversificar la contraída economía. Hoy en día, tras la experiencia de la pandemia, es importante la búsqueda de nuevas alternativas de desarrollo como nación, escenario en el que el turismo gana terreno en los proyectos de inversión privada y gubernamental.

Desde esta perspectiva, se presenta un trabajo de investigación con el propósito de analizar lineamientos estratégicos para el desarrollo de la industria del turismo en Venezuela. En este sentido, será necesario llevar a cabo un estudio fundamentado en el método científico y en el empleo de modelos de negocios, para el desarrollo del ecoturismo en la isla La Tortuga, bajo los conceptos de sostenibilidad y la conservación del ambiente.

En torno a ello, la investigación se considera relevante, por cuanto representa una alternativa de desarrollo sustentable y sostenible en el marco de la preservación del ambiente, así como de la necesidad de contar con una estrategia clara para que, a través del ecoturismo, la industria turística del país se desarrolle y coadyuve a mejorar la situación económica actual. Resulta además de interés, la aplicación de métodos y modelos novedosos en el área de la dirección de empresas, que se pueden aprovechar en pro del estudio de lineamientos estratégicos, que orienten la consolidación de planes de inversión en ecoturismo en la isla La

Tortuga, así como facilitar a los entes públicos un modelo viable para que este tipo de proyectos se consoliden en otros espacios de la geografía nacional y sectores de la industria turística.

En un contexto social, el trabajo de investigación ofrece como alternativa la sensibilización del colectivo hacia el medio ambiente y la generación de una cultura proteccionista que equilibre una relación hombre – naturaleza que ha venido deteriorando los ecosistemas del mundo, mediante la puesta en práctica de estrategias de acción que impliquen actividades enfocadas en el ecoturismo en la isla La Tortuga.

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Analizar los lineamientos estratégicos para el desarrollo de la industria del turismo en Venezuela a través del ecoturismo en la isla La Tortuga.

1.3.2 Específicos

- 1) Conocer la situación actual de la industria del turismo en Venezuela.
- 2) Caracterizar las políticas públicas gubernamentales de la industria del turismo en Venezuela, para la identificación de las alternativas de inversión en el sector ecoturístico.
- 3) Explorar modelos de negocios para el establecimiento de estrategias de acción que conduzcan al desarrollo del ecoturismo en la isla La Tortuga.
- 4) Indagar estrategias de acción para el ecoturismo en la isla La Tortuga como alternativa sostenible que compatibilice la industria del turismo y la protección del medio ambiente.

1.4 Alcances

El contexto investigativo del presente trabajo, se centra en analizar los lineamientos estratégicos para el desarrollo de la industria del turismo en Venezuela, siendo contemplado el archipiélago de la isla La Tortuga como caso de estudio. Sobre la base de tal precepto, el trabajo en cuestión es llevado a cabo a través de revisiones bibliográficas acerca de los hallazgos y aspectos competentes a la temática turística antes precisada. La línea de investigación pertenece a Estrategia, y está comprendida entre Octubre y Diciembre del año 2022.

1.5 Limitaciones

- 1) Algunas dificultades en el alcance informativo para el estudio, en obediencia a motivos confidenciales del Ministerio de Turismo e implicaciones geográficas de la isla seleccionada, restringiéndose así, en cierto modo, la accesibilidad al recurso humano y a los datos económicos ameritados para el seguimiento de lineamientos conformes a un modelo de inversión específico.
- 2) Posible resistencia a los lineamientos estratégicos estudiados, y a la necesaria adaptabilidad a los cambios en el modelo de inversión turística, implicado en materia de protección del medio ambiente.

1.6 Aspectos Metodológicos

1.6.1 Tipo de Investigación

El presente estudio, de acuerdo a su profundidad, corresponde a la índole Documental, la cual se concibe como aquélla que tiene la particularidad de utilizar como una fuente primaria los insumos, más no la única y exclusiva, pues también se apoya en el documento escrito en sus diferentes formas; es decir, documentos impresos, electrónicos y audiovisuales. Al respecto, Arias (2012) corrobora diciendo: “es la que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos a un tipo de documentos”. (p. 47)

Sin duda, la mayor parte de la información de este estudio, es documental, en virtud de que se apoyó principalmente en el basamento de las informaciones bibliográficas, con la finalidad de sustentar o consolidar el trabajo investigativo y, para lograr la articulada consecución del mismo. Adicionalmente, se consultaron obras relacionadas con el tema de lineamientos estratégicos para el desarrollo de la industria del Turismo en Venezuela, seleccionando el ecoturismo en la isla La Tortuga como caso de estudio para el abordaje de la problemática.

Así también, la investigación fue enmarcada bajo la metodología cualitativa, cuyo enfoque, según Bryman (2004), traza como norte “considerar que la realidad se modifica constantemente, y que el investigador al interpretar la realidad obtendrá resultados subjetivos”. (p. 20). Como complemento a la idea, Hernández, Fernández y Baptista (2014) aseguran que este tipo de enfoque es inductivo, porque el mismo implica “utilizar la recolección de datos para responder las preguntas de investigación o revelar nuevos interrogantes en el proceso de interpretación”. (p. 7)

Sobre la base de estas exposiciones, cabe dilucidar que, mediante la adopción de este enfoque, a diferencia de la investigación cuantitativa que cifra sus resultados en datos numéricos, aquí los resultados se desarrollan a través de diferentes tipos de datos, representados en observación, imágenes, audios, documentos, entrevistas, entre otros recursos de esta naturaleza.

1.6.2 Diseño de la Investigación

El diseño investigativo se fundamenta en “el plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea”. (Hernández, 2006, p. 158). En el presente estudio, la investigación corresponde al diseño No Experimental, el cual es también conocido como investigación Ex Post Facto, puesto que los cambios en la variable independiente ya ocurrieron, y la investigadora tuvo que limitarse a la observación de situaciones ya existentes, dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos.

En este orden de ideas, Ex Post Facto es un término que proviene del latín, y significa después de ocurridos los hechos. Con razón, Kerlinger (2010), sostiene que la investigación No Experimental es un tipo de “investigación sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes porque ya ocurrieron los hechos o porque son intrínsecamente manipulables”. (p. 269). Dicho sustento significa que la investigación no puede cifrarse exclusivamente en datos primarios, es decir, los obtenidos directamente de la experiencia empírica. Por tal causa, fue propicio integrar problemas a un marco referencial o teórico y, lo antes mencionado, se logró mediante la inclusión e idónea articulación documental.

En función de estos señalamientos, el presente estudio se encuentra destinado a analizar nuevas metodologías de lineamientos con base en la mejora de estrategias en la industria turística venezolana, centrándose en el objeto seleccionado de la isla La Tortuga, por lo que, una vez proyectada su tendencia investigativa hacia un trabajo documental, con apoyo descriptivo, se convierte en una investigación Transaccional Descriptiva, que en opinión de Dzul (2013) se concentra en “la recolección de datos sobre cada una de las categorías, conceptos, variables, contextos y reporta los datos que obtiene”. (p. 7)

Es importante comentar, que, desde el punto de vista cronológico, la investigación transaccional descriptiva se llevó a consecución en un momento singular y tiempo único, para describir sus variables involucradas y, desde luego, analizar su incidencia e interrelación en el momento determinado. No obstante, a través de este diseño se ubicaron y categorizaron sin intervención numérica, las respectivas características organizacionales del archipiélago en términos turísticos, a fin de otorgar una visión más amplia del ambiente corporativo y sus clientes, tanto nacionales como internacionales, atendiendo a la situación problemática y bajo el contexto del sector seleccionado, suministrando de tal modo sus concernientes descripciones.

1.6.3 Unidad de Análisis

Para efectos del enfoque cualitativo adoptado en la presente investigación, la unidad de análisis constituye la industria turística venezolana, concentrando enfático interés en la isla La Tortuga, sobre la cual se recolectaron los datos, a través de la intermediación interpretativa de perspectivas teóricas. En opinión de Hernández, Fernández y Batista (2010), la unidad de

análisis “constituye segmentos del contenido de los mensajes que son caracterizados para ubicarlos dentro de las categorías”. (p. 296)

Por tanto, la unidad de análisis permitió a la investigadora delimitar el estudio, por lo cual se ubicaron los elementos que son relevantes para la investigación, tomando en consideración los recursos que se manejan, humanos y materiales, relacionándolos con circunstancias que permitieron su aproximación teórica y evaluación de los pasos llevados a cabo para realizar el trabajo de investigación.

1.6.4 Instrumentos y Técnicas para Acopiar y Procesar Datos

En atención a las técnicas e instrumentos empleados como medio para hallar los datos pertinentes, fueron todos los recursos revisados para la debida consecución bibliográfica y deductiva del trabajo investigativo. Sobre la base de esta realidad, se argumenta que las técnicas son:

...procedimientos o actividades realizadas, con el propósito de recabar la información necesaria para el logro de los objetivos de una investigación. Se refiere al cómo recoger los datos, están relacionados con la operacionalización que se hace de las variables/categorías/dimensiones; es decir, las instancias para llevar a cabo tal recolección de data en el estudio. (López, 2011:28).

En resumidas cuentas, los instrumentos y las técnicas son las diferentes formas, maneras y métodos de adquirir información, cuyo enfoque es destinado al desarrollo investigativo, y así cubrir las necesidades del estudio planteado. Congruente con estos lineamientos, las técnicas de recolección de datos que se utilizaron a fin de obtener el contenido temático para la consecución de la presente investigación fue el análisis, la revisión documental y la observación.

Según lo antes apuntado, Ladrón de Guevara, citado por Méndez (1992) denomina la observación como “el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad, por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos, generalmente por una conjetura que se quiere investigar”. (p. 133)

Retomando la idea, el instrumento sirvió para recoger datos de la industria turística, especialmente, en virtud de que se estudiaron actividades que contribuyen a la protección del medio ambiente en la isla La Tortuga, prestando un cuidado esmerado a los eventos especiales, de acuerdo con la naturaleza en estudio. Conviene agregar que el análisis de estos eventos manifiesta la estructura o patrón socio cultural, demográfico, geográfico y económico en un sistema más amplio del cual forma parte, ya que los eventos especiales se pueden considerar como imágenes que reflejan las estructuras del sector turístico, cómo continúan existiendo y por qué perpetúan su existencia.

Por otra parte, el cuaderno de notas fue utilizado como una libreta, donde la autora del presente estudio, desde su rol de observadora, procedió con el concreto propósito de anotar todo lo observado; incluyendo el conjunto de informaciones, datos, expresiones, opiniones, croquis, mapas, entre otros, los cuales constituyeron una valiosa información para la investigación. Según Azpeitia (2013):

El cuaderno de notas viene a ser una especie de diario que traduce lo que sentimos como individuos, presta atención a las manifestaciones más íntimas que buscan un cauce de expresión, prescindiendo de la perspectiva científica. Este cuaderno reunirá los acontecimientos e impresiones de la jornada como podría hacerlo un cronista. (p. 22)

Aunado a ello, en pro de finalizar la investigación bajo un enfoque documental, luego de haberse recogido y descrito un buen conjunto de material protocolar (primario), en observaciones, anotaciones y gráficos, considerados suficientes para emprender una sólida categorización o clasificación, simultáneamente, se alcanzó a nutrir un buen análisis e interpretación, conduciendo a resultados valiosos.

Vale la pena reseñar, que este tipo de medios fueron muy útiles cuando se realizó la investigación, en virtud de que abarca cierto espacio geográfico o topográfico de la isla en cuestión, donde se ubicaron algunas situaciones o hechos vinculados al estudio, a fines de guiar u organizar las observaciones, o en su defecto, registrar algunos datos relacionados con estos espacios circunscritos en el sector turístico venezolano.

1.6.5 Fases de la Investigación

Las fases investigativas son la acción de “explorar, desarrollar contenido y conocer a ciencia cierta sobre un tema que implica una serie de etapas, las cuales se deben tener en cuenta con una secuencia lógica”. (Pacheco, 2020). Se pretende significar que estas fases o estadios facilitan el aprovechamiento de recursos durante el curso del estudio, en pro de hallar suficiente información de carácter categórico y vital. Estas fases contendrán ciertas actividades, dentro de un marco preparatorio de trabajo analítico e informativo. Así pues, el diseño del presente estudio imprime relevancia bajo el desarrollo de las siguientes fases:

a) Fase Preparatoria: Se encuentra constituida por dos etapas: reflexiva y diseño. Como producto final de esta etapa, puede que el investigador lo concrete en un proyecto de investigación.

En esta fase, la etapa reflexiva y de diseño se materializan en un marco teórico – conceptual, y en la planificación de las actividades que se ejecutarán en las fases posteriores.

- 1) **Reflexión:** Una vez identificado el tópico, la investigadora suele buscar toda la información posible sobre el mismo. En definitiva, se trata de establecer el estado de la cuestión, pero desde una perspectiva amplia, sin llegar a detalles extremos, a través de libros, fotografías, artículos, informes, pero también experiencias vitales, testimonios y comentarios que se manejen.
- 2) **Definición del Marco Conceptual:** Reside en una herramienta gráfica o narrativa, la cual explica las principales cuestiones, tales como factores, constructor o variables que se van a estudiar y las posibles relaciones.

b) Trabajo de Campo: Se entiende como un proceso por el que la investigadora va accediendo progresivamente a la información fundamental para su estudio. Asimismo, se realizó una recogida productiva de datos, donde fue preciso asegurar el rigor de la investigación. Para ello, se tomaron en cuenta criterios de suficiencia y adecuación de los datos.

- 1) Fase Analítica: Se traduce en una reducción de datos, disposición y transformación de los mismos, obtención de resultados y verificación de las conclusiones y recomendaciones.

- 2) Fase Informativa: El informe cualitativo se procura realizar del modo más convincente posible, presentando los datos documentales que sistemáticamente apoyan el presente caso investigativo, y se contraponen a explicaciones alternativas, derivándose finalmente la discusión sinóptica de los principales hallazgos y exposición de los resultados que apoyan las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico es de gran ayuda para el investigador, al permitirle planificar y coordinar las referencias que va a abordar en el Trabajo Final de Maestría, pudiendo establecer la relación entre las conclusiones obtenidas en trabajos anteriores y los objetivos planteados en la temática seleccionada. De acuerdo a ello, Morles (Citado por Tamayo y Tamayo 2000) define al marco teórico como “la función de precisar, organizar las ideas y conceptos contenidos en la sección introductoria, de manera que los mismos puedan ser manejados y convertidos en acciones concretas”. (p. 13)

Para lograr este propósito, el marco teórico se estructura de la siguiente manera: antecedentes de la investigación, bases teóricas, definición de términos básicos, bases legales y políticas públicas.

2.1 Gerencia Estratégica

La gerencia estratégica es un excelente proceso, el cual permite a las organizaciones ser proactivas en lugar de reactivas en la formulación de su futuro. Fred David (1994), expresa:

La gerencia estratégica puede definirse como la formulación, ejecución y evaluación de acciones que permitirán que una organización logre sus objetivos. La formulación de estrategias incluye la identificación de las debilidades y fortalezas internas de una organización, la determinación de las amenazas y oportunidades externas de una firma, el establecimiento de misiones de la compañía, la fijación de objetivos, el desarrollo de estrategias alternativas, al análisis de dichas alternativas y la decisión de cuáles escoger. La ejecución de estrategias requiere que la firma establezca metas, diseñe políticas, motive a sus empleados y asigne recursos de tal manera que estrategias formuladas puedan ser llevadas a cabo en forma exitosa. La evaluación de estrategias comprueba los resultados de la ejecución y formulación. (p.3)

Es importante denotar que la empresa debe tener claro cuál es su negocio, esto marca pautas para la formulación de objetivos, desarrollo de estrategias y planes, además para la toma de decisiones del presente, que delinea los resultados a lograr, a corto, mediano y largo plazo. Sobre esta base contextual, la gerencia estratégica no es exactamente una ciencia pura, que lleve a un enfoque concreto “una, dos, tres, cuatro”. Se trata más bien de un intento por organizar información cualitativa y cuantitativa, de forma tal que permita la toma de decisiones efectiva en circunstancias de incertidumbre. (David, 1994)

En resumidas cuentas, se infiere que la base fundamental de las decisiones estratégicas, radica en los criterios y análisis objetivos, más que en las experiencias propias o en juicios del pasado, o en sentimientos “orgánicos”, esto a diferencia de decisiones puramente intuitivas.

2.1.1 Terminología Clave en el Estudio de la Gerencia Estratégica

De acuerdo a lo señalado por Fred David en su texto, la gerencia estratégica (1994, p.06):

Estrategas: Son los responsables del éxito o el fracaso de la organización, tienen diferentes títulos, como; ejecutivo, jefe, presidente, propietario, presidente de la junta, director, canciller, decano o empresario. La enciclopedia del Management (p.856) describe a los estrategas como las personas que formulan el cometido de la empresa y los objetivos que esta intentará alcanzar. También determinan la forma en que se buscarán dichos objetivos, generalmente el grupo de estrategas está formado por altos cargos de la empresa, miembros selectos que son invitados a participar en el proceso de planificación estratégica.

Formulación de la Misión: Identifica el alcance de la operación de una empresa en los aspectos del producto y del mercado. La misma incorpora la filosofía de los estrategas de una organización: en si describe los valores y prioridades de la organización.

Fortalezas Internas: Son todas aquellas actividades que se llevan a cabo especialmente bien. Las empresas exitosas constantemente aplican estrategias que las ayuda a beneficiarse de sus fortalezas internas.

Debilidades Internas: Se refiere a las actividades de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, investigación y desarrollo que limitan o inhiben el éxito general de una organización. La firma está en la obligación de buscar estrategias que mejoren las debilidades internas.

Oportunidades Externas: Están ligada directamente a las tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas, y competitivas, así como a hechos que podrían de forma significativa beneficiar a una organización en el futuro. Las empresas deben preparar sus estrategias de manera que aprovechen al máximo sus oportunidades externas.

Amenazas Externas: Es totalmente lo contrario a lo anterior, consiste en las tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas, así como todos aquellos hechos que son completamente dañinos para la posición competitiva tanto en el presente como en el futuro de la organización.

Objetivos: Se pueden definir como los resultados a largo plazo que una organización aspira lograr mediante su misión básica. Algunos autores utilizan diferentes formas en la literatura gerencial, por ejemplo; el término “objetivos” para referirse a resultados a corto plazo y “metas” para logros a largo plazo, pero realmente los objetivos son lo que marcan pautas en el éxito de las organizaciones, pues suministran dirección, ayuda en evaluación, crean sinergia, revelan prioridades, permiten coordinación y son esenciales para actividades de control, motivación, organización y planificación efectiva. “Los objetivos deben reunir las siguientes características: ser medibles, razonables, claros, coherentes y estimulantes, deben ser formulados tanto en la empresa en general como en cada departamento”. (David, 1994)

Estrategias: Son los medios por los cuales se logran los objetivos.

Metas: Según Kinich Ohmio (1989), las metas (de un año o menos) son puntos de referencias o aspiraciones que las organizaciones deben lograr, con el objetivo de alcanzar en el futuro objetivos a un plazo más largo. (p.11).

Políticas: Son los medios por los cuales se logran las metas, o las pautas establecidas para respaldar esfuerzos con el objeto de lograr las metas ya definidas.

2.1.2 Etapas en el Proceso de Gerencia Estratégica

Para Fred David en su texto de gerencia estratégica (1994), el proceso de la Gerencia Estratégica consiste en tres pasos: Formulación, ejecución, y evaluación de estrategias. (p.12)

Formulación de Estrategias: Es el proceso en el cual se fija la misión de la empresa, mediante una investigación con el objeto de identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades realizando análisis que comparen factores internos y fijando objetivos y estrategias para la empresa.

Ejecución de Estrategias: Una vez establecida la formulación de estrategias se procede a la ejecución de la misma, este paso se denomina como la acción. Es el acto de llevar a cabo las estrategias ya formuladas, a través de los empleados y de los gerentes.

Evaluación de Estrategias: Es la tercera fase, donde la empresa debe realizar tres actividades fundamentales, con el objetivo de evaluar efectivamente las estrategias de una organización. Primero; debe analizar los factores internos y externos que representan las bases de sus estrategias actuales. Segundo; la firma debe medir el desempeño de la organización. Y, por último; deben tomar medidas correctivas, requeridas para mejorar la posición estratégica de la firma tanto interna como externa. (David, 1994, p.15)

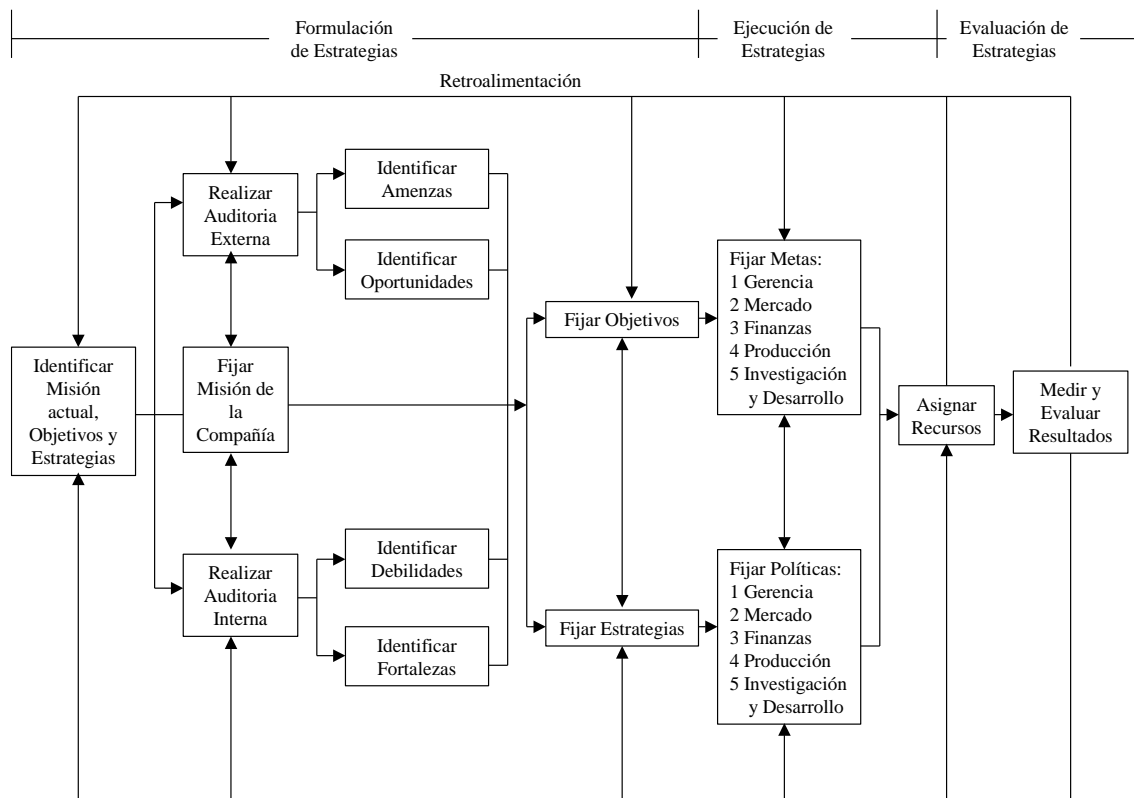


Figura II-1 -Modelo de Gerencia Estratégica- Fred David “Gerencia Estratégica” (1994 – p.18)

2.1.3 Modelo de Gerencia Estratégica

El modelo de gerencia estratégica se puede definir en doce pasos, como se señala en la Fig. II-1. Asimismo, Fred David (1994):

- Establecer los objetivos, estrategias y misión actual.
- Realizar investigación externa con el objeto de identificar amenazas y oportunidades ambientales.
- Realizar investigación interna con el objetivo de identificar debilidades y amenazas de la empresa.
- Fijar la misión de la misma.
- Llevar a cabo análisis de la formulación de estrategias con el objeto de generar y evaluar alternativas actuales.

- Fijar objetivos.
- Fijar estrategias.
- Fijar metas.
- Fijar políticas.
- Asignar recursos.
- Analizar bases internas y externas para estrategias actuales.
- Medir los resultados y tomar las medidas correctivas del caso. (p. 18)

Visto esto, en el modelo de Gerencia estratégica, la formulación de estrategias requiere la definición de una misión empresarial, la realización de auditorías internas y externas y la fijación de objetivos y estrategias.

2.1.4 Lineamientos Estratégicos

El término estrategia es de origen griego; Estrategia, Estrategos o el arte del general en la guerra, procedente de la fusión de dos palabras: estratos (ejército) y ajean (conducir, guiar). Ahora bien, en el transcurso de los años, los militares utilizaron la estrategia con la significación de un gran plan, hecho a la luz de lo que se creía que un adversario haría o dejaría de hacer. Aunque esta clase de plan tiene usualmente un alcance competitivo, se ha empleado cada vez más como término que refleja amplios conceptos globales del funcionamiento de una empresa.

Por tanto, a menudo las estrategias denotan un programa general de acción y un conato de empeños y recursos para obtener objetivos amplios. Se define como “el proceso de decidir sobre objetivos de la organización, sobre los cambios de estos objetivos y políticas que deben gobernar la adquisición, uso y organización de estos recursos”. (Terry, 2008, p. 65). El propósito de las estrategias, entonces, es determinar y comunicar a través de un sistema de objetivos y políticas mayores, una descripción de lo que se desea que sea la empresa. Las estrategias muestran la dirección y el empleo general de recursos y de esfuerzos, no tratan de delinear exactamente cómo debe cumplir la empresa sus objetivos, puesto que ésta es la tarea de un número enorme de programas de sustentación, mayores y menores.

La estrategia es el arte de dirigir operaciones, habilidad para dirigir, aquí se confirma la referencia sobre el surgimiento en el campo militar, lo cual se refiere a la manera de derrotar a uno o a varios enemigos en el campo de batalla, sinónimo de rivalidad, competencia; no obstante, es necesario precisar la utilidad de la dirección estratégica no sólo en su acepción de rivalidad para derrotar oponentes sino también en función de brindar a las organizaciones una guía para lograr un máximo de efectividad en la administración de todos los recursos en el cumplimiento de la misión.(Franklin, 2008, p.59)

Por consiguiente, la estrategia es una herramienta de dirección que facilita procedimientos y técnicas con un basamento científico que, empleadas de manera iterativa y transfuncional, contribuyen a lograr una interacción proactiva de la organización con su entorno, coadyudando a lograr efectividad en la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la misma. En apoyo a tales opiniones, se refiere:

La estrategia es la definición en el tiempo y en el espacio del proceso de orientación general, principios y organización, en cuyo marco deben operar las acciones e instrumentos, a fin de conseguir objetivos previamente formulados. En el aspecto temporal se pueden considerar dos tipos de estrategias de acuerdo con los horizontes que abarquen: estrategia de largo plazo tendiente a unir y dar continuidad a una serie de planes de mediano plazo y con efectos de menor predicción, y estrategias de mediano plazo, que tiende a conducir los efectos específicos del sector en su relación con la coyuntura y en el contexto de la estrategia a largo plazo. (Fred, 2010, p.181).

Se entiende, entonces, que las estrategias permiten alcanzar, mediante su aplicación, las metas y objetivos que se hubiere planteado la organización, dentro del marco de la planificación definida. Dentro de este contexto, “el desarrollo y la comunicación de las estrategias se encuentran entre las actividades más importantes de los actos administrativos”. (Stoner, 2007, p. 231). Ciertamente, es posible identificar los fallos en empresas y proyectos, dada la carencia de una estrategia clara que encamine los esfuerzos humanos y los recursos hacia la consolidación de su objetivo.

En resumen, las estrategias ayudan a los directores a tomar decisiones y algunas veces las predeterminan, en virtud de que presentan las acciones a seguir en los distintos escenarios de creación y/o desarrollo de proyectos. De manera tal, que la formulación de lineamientos estratégicos, incluye la identificación de las debilidades y fortalezas internas de un proyecto, la determinación de las amenazas y oportunidades que conforman el aspecto externo,

simultáneamente a considerarse la misión, visión y fijación de objetivos como elementos clave de la estrategia.

Ahora bien, por ser el sector turístico el caso de interés investigativo, se aborda la estrategia turística, cuya finalidad es anticiparse y responder a los cambios del entorno, tratando de mantener el proyecto turístico adaptado al contexto de forma óptima y continua, de manera tal, de aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan y los recursos internos que puedan proporcionarle una ventaja competitiva.

2.1.5 Marco Analítico de Formulación de Estrategias

Fred David (1994) desarrolla el marco analítico de formulación de estrategias mediante tres etapas:

Etapa 1) Entrada de Datos:

Conformada por las siguientes matrices:

Matriz de Evaluación de Factor Interno: Esta herramienta analiza las fortalezas y debilidades de una organización en los puntos clave de la gerencia, mercadeo, finanzas, producción, investigación y desarrollo.

Matriz de Evaluación de Factor Externo: Al igual que la matriz anterior, pero con la diferencia que analiza las oportunidades y amenazas externas como lo son los factores sociales, económicos, culturales, demográficos, geográficos, políticos, gubernamentales, jurídicos, tecnológicos y competitivos.

Matriz de Perfil Competitivo: Esta recopila información acerca de los competidores, la misma identifica y evalúa sus objetivos, estrategias, debilidades y fortalezas.

Etapa 2) Etapa Comparativa:

Constituida por las siguientes matrices:

Matriz Debilidades – Oportunidades – Fortalezas - Amenazas (DOFA): Es una importante herramienta de formulación de estrategias, que conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias, las cuales Fred David (1994) identifica de la siguiente manera: FO, DO, FA y DA. Las letras F, O, D y A representan fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Las estrategias FO se basan en el uso de las fortalezas internas de una organización, con el objeto de aprovechar las oportunidades externas. Para una empresa, la cumbre del éxito sería poder aprovechar al máximo y hacer el mayor uso de sus fortalezas y, asimismo, explotar sus oportunidades externas.

Dentro de esta tipificación, se pueden observar casos en los que las organizaciones utilizan estrategias DO, FA o DA, para llegar a una situación en la cual, simplemente deben utilizar una estrategia FO. Ante tal panorama, justo cuando una organización enfrenta debilidades importantes, tratará de acabarlas y transformarlas en fortalezas, cuando la misma se ve enfrentada a amenazas graves, estará siempre atenta para evitarlas y concentrarse en las oportunidades.

Así pues, las estrategias DO tienen como objetivo la mejora de las debilidades internas, valiéndose de las oportunidades externas. Las estrategias FA se basan en la utilización de las fortalezas de una empresa, para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas, realmente consiste en aprovechar las fortalezas de la empresa, reduciendo a un mínimo las amenazas externas. Las estrategias DA, tienen la finalidad de derrotar las debilidades internas y eludir las amenazas ambientales, en esta estrategia, se intenta reducir las debilidades y amenazas mediante estrategias de carácter defensivo, debido a que son dos factores completamente negativos para el desarrollo de la empresa, lo que puede ubicarla en una posición muy inestable.

Según Fred David (1994), los pasos para construir una matriz DOFA son los siguientes:

1. Hacer una lista de las fortalezas internas claves.
2. Hacer una lista de las debilidades internas decisivas.

3. Hacer una lista de las oportunidades externas importantes.
4. Hacer una lista de las amenazas externas claves.
5. Comparar las fortalezas internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias FO resultantes en la casilla apropiada.
6. Cotejar las debilidades internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias DO resultantes.
7. Comparar las fortalezas internas con las amenazas externas y registrar las estrategias FA resultantes.
8. Hacer comparación de las debilidades internas con las amenazas externas y registrar las estrategias DA resultantes. (p.194)

La parte más compleja en el desarrollo de una matriz DOFA es la comparación de los factores internos y externos claves.

Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEEA): Es una herramienta de mucha importancia en la etapa 2, esta matriz consiste en un marco de cuatro cuadrantes, que claramente muestra si en la organización es necesario aplicar estrategias agresivas, conservadoras, defensivas o competitivas, la misma gira en torno a los siguientes ejes: fortaleza financiera (FF), ventaja competitiva (CV), estabilidad ambiental (EA) y fortaleza de la industria (FI). Las dos dimensiones internas, fortalezas financieras y ventaja competitiva, así como las dos externas, fortaleza de la industria y estabilidad ambiental, se pueden considerar como las determinantes de la posición estratégica global de una organización.

Matriz de Grupo Consultor de Boston (GCB): Para Fred David (1994), “las divisiones autónomas de una organización comprenden lo que se denomina portafolio empresarial”. (p.199). En el momento en que las divisiones de una firma compiten en distintas industrias, constantemente, se debe desarrollar una estrategia separada para cada negocio. La matriz del grupo consultor de Boston, muestra en forma gráfica las diferencias entre divisiones, en términos de porcentaje, la participación en el mercado y la tasa de crecimiento industrial de cada división, además es una herramienta de suma importancia de comparación en la etapa 2 del marco analítico de formulación de estrategias.

Matriz Interna – Externa (IE): Esta matriz es similar a la matriz GCB, ya que la misma muestra también diversas divisiones de una organización, mediante una gráfica, a ambas se les denomina matrices de portafolio, existen entre ellas algunas diferencias, como por ejemplo; la matriz IE requiere de más información sobre las divisiones que la GCB, cada matriz tiene implicaciones estratégicas diferentes, es por esto, que los estrategas de las empresas multinacionales, con frecuencia desarrollan tanto la matriz GCB como la IE en el proceso de generación de estrategias.

Matriz de la Gran Estrategia: Además de la matriz DOFA, PEEA, GCB e IE, la matriz de gran estrategia se ha vuelto una herramienta popular, para la formulación de estrategias empresariales. Todas las organizaciones pueden ser ubicadas en cada uno de los cuatro cuadrantes estratégicos de la matriz de gran estrategia, así como también las divisiones de una firma.

Etapa 3) Etapa Decisoria:

La Matriz Cuantitativa de Planificación (CPE): Es esta etapa la más útil para sugerir objetivamente las mejores estrategias alternativas, es la más actual de las técnicas analíticas de formulación de estrategias, esta utiliza información de entrada de los análisis de la etapa 1 y los resultados comparativos de los análisis de la etapa 2, para decidir objetivamente sobre estrategias alternativas.

2.2 La Industria del Turismo

La Real Academia Española (RAE, 2001) define turismo en su primera acepción, como: actividad o hecho de viajar por placer. Desde el punto de vista etimológico, la palabra turismo deriva de la palabra latina "tornus", que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al "turismo". De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, citado por Solórzano. (2012, p. 23):

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a sitios distintos de sus usuales lugares de residencia, siendo el placer la motivación principal. Por lo tanto, alude a un movimiento de

personas que se trasladan o viajan de un lugar a otro en búsqueda de intereses de esparcimiento, descanso y disfrute.(2012, p.23)

En este marco de ideas, el preámbulo del Código Ético Mundial para el Turismo, adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, OMT (Santiago de Chile, 27 de diciembre - 1 de octubre de 1999), señala:

La promoción y el desarrollo del turismo con el fin de contribuir al crecimiento económico, a la comprensión internacional, a la paz y a la prosperidad de los países, así como al respeto universal y a la observancia de los derechos humanos y de las libertades fundamentales sin distinción de raza, sexo, lengua ni religión. (OMT, 1999, p. 3)

Por tanto, el turismo representa una actividad universal encuadrada, además, dentro de los derechos fundamentales de los ciudadanos del mundo. Se interpreta pues, que el turismo es un medio de intercambio social, muestra la clase histórica y cultural de una comunidad, ayudando a la conservación de monumentos, lugares históricos, costumbres, tradiciones, artesanía, folklore, entre otros. Además, otorga a las personas, la práctica de conocer y proporcionar información a otros pueblos y culturas, logrando con esto desarrollarse y enaltecer. Del mismo modo, la actividad turística hace que la población local resguarde su entorno, y cree franjas de específica protección, como parques naturales.

Cabe destacar que la actividad turística no está ajena a la economía de las naciones ni a la economía universal, tomando en cuenta que el patrimonio turístico de una región, ciudad, entre otros, ya sea de índole natural, artificial, histórico, cultural, de recreación, de descanso u otro, o bien composiciones de éstos, está en práctica de cualquier originario del mundo que quiera visitarlo, apreciarlo, disfrutarlo, estudiarlo, entre otros. Normalmente, a cambio de algún precio, es de hacer notar que las diversas formas de atracción requieren de construcción propia o adicional necesaria y precisa para que se desempeñe su cometido; y estos fundamentos se crean en actividades industriales, comerciales y de servicios, que pueden ser convenientes de la misma actividad turística o accesoria a ella.

“Desde la perspectiva que aquí se adopta, el estudio de la capacidad en la actividad turística ha sido abordado, tradicionalmente, desde una orientación macroeconómica, fundada en las teorías clásicas del comercio internacional”. (Barroso y Flores, 2006, p. 22). De este modo, se puede dilucidar la actividad económica, vista desde las magnitudes económicas colectivas o globales. De allí que, en el ámbito económico, el turismo se suele destacar como uno de los rubros más relevantes en temas de inversión, pues abarca una variedad de actividades lucrativas para los inversionistas, así como para las empresas locales que se benefician de la llegada del turista, formando una interesante cadena de promoción de ingresos.

El turismo ha de ser ante todo una actividad generadora de ingresos para la sociedad y creadora de empleos dignos y de ser posible, calificados. No solo supone la rentabilidad privada, sino el aumento de los beneficios a la comunidad en general, a manera de garantizar la eficacia económica. (Luzardo, 2014, p. 92)

Atendiendo a este ángulo, el turismo es una actividad que impacta favorablemente en el ámbito cultural, social y económico de un país, convirtiéndose en una industria atractiva para la inversión, bien sea gubernamental o privada, toda vez que produce efectos en la balanza de pagos, en las inversiones y en la construcción, en el mejoramiento de los medios de transporte e infraestructura vial, lo que a su vez repercute en la generación de empleos en distintos niveles de la sociedad y en definitiva, en el bienestar de sus miembros.

De esta forma, la actividad turística posee una categoría económica y social decisiva: el consumo turístico es parte de una producción económica que forma empleos directos. Como contrapartida, el desarrollo del turismo de masa tradicional tal como la playa y el sol, ha sido causante de dificultades medioambientales y de la calidad del producto turístico, por cuanto actualmente, se confirma que un desarrollo turístico sostenible, es el único capaz de generar actividad económica posible a mediano y largo plazo. Visto esto, el modelo turístico que ha venido desarrollándose tradicionalmente en países Latinoamericanos, está fundamentado en las condiciones naturales de las playas y la climatología y, sobretudo, en la variabilidad de precios como principal incentivo de captación.

2.2.1 El Producto Turístico

Se define en la literatura al producto turístico como “un conjunto de actividades productivas interrelacionadas que proveen bienes y servicios heterogéneos que buscan satisfacer las experiencias de ocio de los consumidores (turistas)”. (Sánchez y Marín, 2003, p. 17). Es así que, mientras que los demandantes hacen referencia y eligen entre distintos productos turísticos, la mayoría de los sectores del lado de la oferta no se consideran ofreciendo un producto turístico único, sino que cada uno provee productos (bienes y/o servicios) individuales que, por supuesto, se consideran pertenecientes a la actividad turística.

Lo antes expuesto, es la percepción del fenómeno turístico que tiene el conjunto de los oferentes, los cuales son los componentes de la oferta turística y conforman la planta turística, tales como hoteles, restaurantes, medios de transporte, servicios de esparcimiento, entre otros.

De acuerdo a las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas Turísticas (Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo, 2018), el producto turístico representa una combinación de diferentes aspectos en torno a un centro específico de interés, lo que se traduce en las características de los lugares visitados, los modos de transporte, el tipo de alojamiento, las actividades específicas en el destino, entre otros.

Ahora bien, el producto turístico está formado entonces por un amplio conjunto, que se incluye dentro de los programas de desarrollo debido a su importancia como actividad económica, pudiendo utilizarse su planificación para incentivar su crecimiento en algunas áreas más que en otras. Aunado a la contribución para la producción y generación de empleo, la diversificación de la base económica y el potencial para utilizar la capacidad ociosa y reducir el desempleo, entre otros, son los principales efectos del turismo que lo plantean como una alternativa económica de importancia.

También se destaca su potencialidad para incrementar los ingresos públicos, en virtud de que el turismo genera ingresos públicos en forma directa e indirecta, a través de impuestos que gravan, por ejemplo, al consumo de bienes o al ingreso; sus efectos dinamizadores sobre la inversión que lo convierten en un factor de atracción de nuevos emprendimientos. El desarrollo

de determinadas zonas como consecuencia del fenómeno turístico genera inversiones, tanto por parte del sector privado como del sector público.

Cabe relatar, que para Boullón (2003), el producto turístico es algo más complejo y está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. En otras palabras, la oferta turística son todos los bienes y servicios disponibles para el turista, por un precio y en un período dado, condiciones éstas, que determinan su característica de transitoriedad; es decir, su imposibilidad de almacenamiento.

2.2.2 El Turismo en Venezuela

Venezuela, rica en espacios turísticos, no todos explotados, goza de grandes privilegios a escala mundial, ubicación geográfica, diversidad de paisajes y la calidez de un pueblo. Sin embargo, a pesar de ser una “tierra de gracia”, calificada así por los conquistadores, el ámbito turístico y promocional de sus espacios nunca se ha desarrollado de manera consecutiva en nuevos espacios por explorar, pues siempre los grandes atractivos como La Gran Sabana, Canaima, Médanos de Coro, Mérida, Maracaibo, Margarita, Costas de Aragua, parte de la Llanura y las ciudades más desarrolladas han sido las tomadas en cuenta para su promoción y explotación en el área turística.

Venezuela personifica un multidestino para el mercado internacional debido a la diversidad de su oferta. Se acentúan los segmentos motivacionales de negocios y convenciones, de naturaleza, de aventura, de sol y playa, culturales, médicos y educativos. Venezuela también ofrece destinos turísticos únicos en el mundo como son los Llanos, los Tepuyes y el Delta del Orinoco, aun cuando no todos los estados del país cuentan con atracciones idóneas para atender el mercado internacional. (Francés, 2003)

Desde la perspectiva que aquí se adopta, Venezuela es un país constituido por recursos y monumentos naturales que merecen ser conocidos y disfrutados tanto por el mercado nacional como por el internacional. No obstante, la comercialización del turismo en Venezuela es una actividad que se ha descuidado a pesar de los atributos que posee el país. De tal manera, que los entes gubernamentales no se han dedicado a explotar y desarrollar esta gran fuente

económica, como lo es el turismo ecológico; quedándose sólo con la explotación del petróleo como actividad principal de desarrollo para el país, desaprovechándose todas las bellezas naturales que posee Venezuela.

Se debe incentivar la prácticas del turismo ecológico y el geoturismo, a fin de aprovechar la visión de desarrollo sostenible y protección del patrimonio biótico y abiótico en Venezuela, como una estrategia para que las comunidades organizadas puedan diversificar su economía, sin dejar de realizar sus prácticas tradicionales, ni que abandonen su territorio, generando en la comunidad y en los visitantes el uso y aprovechamiento adecuado de los recursos, permitiendo y fomentando la sostenibilidad de la actividad geoturística en el área. (Trejo y Marcano, 2016, p. 225)

Con base a lo expresado, el turismo es una actividad poco desarrollada en Venezuela, lo cual se explica desde una economía rentista petrolera que ha limitado su diversificación hacia otros sectores. En este sentido, el ecoturismo se presenta como una inversión atractiva para empresas públicas y privadas en aprovechamiento de la privilegiada geografía de este país, al contar con una variedad de climas y paisajes que hacen del turismo ecológico una propuesta atractiva de inversión y de desarrollo social.

2.2.3 Ecoturismo

El turismo ha evolucionado hacia una tendencia donde lo natural es protagonista. Trejo y Marcano (2016), identifican dos tipologías de turismo que se pueden observar alrededor del mundo, la primera se refiere al turismo alternativo o ecoturismo, el cual tiene su base en el medio ambiente y en su conservación, normalmente en áreas remotas, donde el equilibrio entre la vida animal y vegetal en relación con la presencia humana debe ser cuidadosamente sostenido; y la segunda, se refiere al geoturismo, que se entiende por el turismo que sostiene o realza el carácter geográfico y geológico de un lugar, priorizando el desarrollo sostenible de las comunidades locales desde el punto de vista cultural y social, como respuesta a las nuevas sensibilidades y motivaciones, que se basan en la geodiversidad de un destino o Geosite, como también se le conoce.

El Ecoturismo es la modalidad de turismo naturalista más especializado, ya que se fundamenta en la oferta de atractivos naturales, tales como la flora, fauna, geología, geomorfología, climatología e hidrografía, con la integración de las comunidades locales, a través de empresas ecoturísticas. Se sustenta en una política de planificación y manejo de los recursos naturales a todos los niveles para su mantenimiento, conservación y preservación. (Camacaro, 2014, p. 16)

De allí, se entiende como ecoturismo a la forma sustentable de turismo basado en recursos naturales, integrando actividades que se enfocan en experimentar y aprender sobre la naturaleza. Su desarrollo atiende a criterios de bajo impacto en la naturaleza, es no consumista y localmente orientado, razón por la cual debe contribuir a la conservación y/o preservación del área natural donde se desarrolla.

Igualmente, el ecoturismo es también entendido como: “el viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales”. (Sociedad Internacional de Ecoturismo, 2016, p. 1). Basado en ello, es objetivo del ecoturismo minimizar los impactos, ambientales y sociales, aumentar la conciencia y el respeto por el ambiente y la cultura, ofrecer experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones.

Para los efectos del presente estudio, se considera como objetivo ofrecer en la isla La Tortuga, beneficios financieros directos relacionados con la conservación, la provisión de incentivos, ventajas atractivas en el campo turístico y la participación real para la población local, así como incrementar la sensibilidad de los visitantes hacia el país anfitrión, en su clima político, cultural y social.

2.2.4 Isla La Tortuga. Ubicación y Características

La Tortuga es una isla en el Mar Caribe perteneciente a Venezuela, incluida geográficamente en las Antillas Menores, y administrativamente hace parte de las Dependencias Federales Venezolanas. Está conformada por una isla mayor y varios islotes y cayos más pequeños. Se encuentra ubicada al sur del Mar Caribe a los 65° 18' oeste y 10° 55' norte. (Ver Figura II-2). Se ubica a unos 85 km de Río Chico (Miranda), estado de Miranda; a

170 km de Caracas; a 140 km de la Isla de Margarita; a unos 85 km de la laguna de Unare en el estado de Anzoátegui y a 120 km del estado de Nueva Esparta. (Graterol, 2018).



Figura II-2. Ubicación Geográfica isla La Tortuga. Fuente: Google Maps (2022)

La isla de La Tortuga es una dependencia Federal, y como tal, según la Ley orgánica de las Dependencias Federales de 1938, aún en vigencia, todo lo relativo al gobierno y administración de dichas dependencias corresponde directamente al Ejecutivo Federal o Nacional (Art. 3). Están bajo la administración de la Dirección Nacional de Coordinación del Desarrollo Fronterizo y de las Dependencias Federales. No está bajo la jurisdicción de ningún estado federal ni municipio, por lo que no posee ni gobernador ni alcalde, ni ningún tipo de autoridad electa. La Armada de Venezuela mantiene pequeños puestos y realiza la vigilancia de sus costas.

La forma de la isla es similar a una elipse de 12 km medidos de Norte a Sur y 25 km de Este a Oeste (Ver Figura II-3). Posee junto con los cayos adyacentes aproximadamente 156,60 km² (15.660 hectáreas) de extensión, lo que la convierte en la segunda en cuanto a tamaño de Venezuela, después de la isla de Margarita.



Figura II-3. Isla La Tortuga. Fuente: Venezuela Tuya (2022)

La Tortuga conforma un grupo de islas que incluye: Islas Los Tortuguillos, con las islas de Tortuguillo del Este y Tortuguillo del Oeste; Cayo Herradura. Incluye además, otros bajos o formaciones: Bajo de Los Palanquines, Cayos de Ño Martín, Islote El Vapor y Cayos de Punta de Ranchos. Entre los sitios más populares se encuentran: Punta Oriental, Bahía Carenero, Cayo Herradura, Los Tortuguillos y Punta Delgada. Los más destacados son Cayo Herradura y Los Tortuguillos. El primero es conocido por sus hermosas playas, aguas tranquilas y también porque es posible acampar. El segundo son 2 islotes vecinos rodeados de aguas turquesas, en uno de ellos hay una pequeña salina y también una piscina natural rodeada de arrecifes de coral y arena.

Asimismo, la isla es muy visitada por aves migratorias y pescadores, que la frecuentan entre los meses de septiembre y abril. Durante esta época se pueden capturar especies como corocoros, rayas, meros, pargos y langostas. Es una isla casi desértica, sus únicos habitantes temporales son pescadores margariteños y mirandinos; recientemente el gobierno central construyó un aeropuerto, una planta desalinizadora, carreteras y vías de acceso y un conjunto de pequeños hospedajes con la intención de atraer el turismo.

En la isla La Tortuga existen solamente tres cayos o Islotes: Cayo Herradura, Tortuguillo del Norte y Tortuguillo del Sur, estos dos últimos tienen una superficie de alrededor de 500 metros cuadrados cada uno y se encuentran completamente deshabitados, ya que no se permite la instalación de rancherías ni acampadas. En estas pequeñas islas, se pueden disfrutar de increíbles paisajes y largas extensiones de playas con arena coralina. Según Graterol (Ob. Cit.), su división se describe:

- 1) **Tortuguillo del Norte:** Es el más visitado en una de sus puntas, puesto que permite disfrutar de una piscina creada por un rompe olas, hecho por la naturaleza. En esta zona, si se nadan unos veinte metros aproximados, se pueden conseguir arrecifes de coral ideales para practicar snorkeling, sin embargo, hay que tener un nivel de nado básico, en virtud de que hay zonas con dos a tres metros de profundidad.
- 2) **Tortuguillo del Sur:** Es un lugar paradisíaco, sobretodo, en su zona sur (mirando hacia Higuerote) en la época de julio a septiembre, el color del agua y su calma por las bajas mareas, hacen que se vean muy cristalino al mediodía. Los Tortuguillos pueden ser recorridos a pie parcialmente, ya que tienen zonas rocosas que dificultan darle la vuelta, sin embargo, con ir a los sitios indicados, puedes disfrutar al máximo de estas playas. (Ver Figura 3)



Figura II-4. Tortuguillo, isla La Tortuga. Fuente: Venezuela Tuya (2022)

- 3) **Punta de Arenas:** Es la punta sur-este de la isla La Tortuga, es la primera vista que obtienes cuando vienes navegando desde Higuerote y la comprende una gran extensión de playa de varios kilómetros. (Ver Figura II-5). Su punta es el lugar más increíble, en respuesta a que se pueden visualizar tres tonalidades de azules en un mismo momento: del azul turquesa (poco profundo) al azul marino (más hondo), y la arena de esta playa es muy fina, similar a un talco, al mediodía es la mejor hora para visitarla y también depende de que se presencien mareas bajas.



Figura II-5. Punta de Arenas, isla La Tortuga. Fuente: Venezuela Tuya (2022)

- 4) **Boca de Cangrejo:** Es un hermoso bajo, rodeado de manglares, ubicado en la isla La Tortuga, el agua llega a la cintura (1 metro de profundidad), casi siempre se encuentra muy cristalino formando una piscina natural y de temperatura cálida. Mayormente en esta zona, encontramos estrellas de mar tipo cojín (*Oreaster Reticulatos*), aunque hay ocasiones que no se encuentran, es muy importante no sacarlas del agua y tocarlas lo menos posible. (Ver Figura II-6)

El Cayo Boca de Cangrejo no tiene playa, por lo cual es una visita de paso no mayor de 30 minutos para disfrutar del bajo, también nadando hacia el mar abierto, se puede encontrar arrecifes de coral con más de 3 metros de profundidad, donde se observan grandes corales y fauna marina. Es importante saber nadar bien para llegar a conocer esta zona e ir acompañado de algún guía.



Figura II-6. Boca de Cangrejo, isla La Tortuga. Fuente: Venezuela Tuya (2022)

- 5) **Punta de Mulatos:** Tiene una gran extensión de playa de casi un kilómetro, que se puede recorrer y tiene un mar de aguas azules turquesas que impactan la vista, se forma una especie de ensenada que hace que el agua sea muy tranquila , y la profundidad del agua es baja hasta la zona de corales, lo cual la hace una playa excelente para iniciarse en la práctica de snorkeling o para hacerlo con niños. (Ver Figura II-7). En la playa hacia su extremo Este, se puede hallar una piedra de donde pueden tomarse increíbles fotos y también se puede recorrer más allá de ese punto, si se pretende un paisaje más solitario, si se desea relajación en un día de playa tranquila, este lugar es el ideal.



Figura II-7. Punta de Mulatos, isla La Tortuga. Fuente: Venezuela Tuya (2022)

- 6) **Garambeo – La Piedra:** Es una de las playas más lejanas de Cayo Herradura (alrededor de 15 millas y mínimo de 45 minutos). (Ver Figura II-8). Tiene un atractivo natural muy llamativo que es el preferido por los más aventureros, y es una piedra natural donde te puedes lanzar y caer en un increíble mar azul, cuando se llega a este lugar, se percata que la piedra no es muy alta y puede ser hasta fácil lanzarse, pero cuando subes al punto (donde se recomienda llevar calzado para evitar maltratar los pies), se visualizan unos 6-7 metros de altura.

Para lanzarse, se recomienda hacerlo con mucha seguridad para evitar cualquier accidente, y siempre hacerlo con las piernas juntas y pies apuntando hacia el agua, es un buen momento de adrenalina y que varios repiten.



Figura II-8. Garambeo, isla La Tortuga. Fuente: Venezuela Tuya (2022)

- 7) **Laguna de Carenero:** El nombre de este lugar puede sonar común a otras zonas de Venezuela, como en Higuerote o Los Roques y es debido a que “Carenero” se le nombra a las zonas donde se pueden resguardar embarcaciones ante las altas mareas y fuertes vientos, además, como lugar para hacer las reparaciones de forma segura de barcos o navíos. (Ver Figura II-9). En la isla La Tortuga, Carenero es una zona de pescadores que se encuentra rodeada de manglares, y una elevación rocosa que hacen que sea un paraíso de tranquilidad.



Figura II-9. Laguna de Carenero, isla La Tortuga. Fuente: Venezuela Tuya (2022)

- 8) **Punta del Este / Punta Delgada:** Es el sector más al Este de la isla La Tortuga, en esta zona está permitido la pernocta y establecimientos de pescadores, además es donde se ubica la sede de la armada, una pista de aterrizaje de granzón para avionetas privadas. (Ver Figura II-10). En Punta del Este hay dos playas: Playa el Yaque y Playa Caldera. Playa el Yaque se forma por un gran rompeolas natural, que hace una enorme piscina natural de más de mil metros de ancho, es poco profunda y se pone de un color cristalino azulado muy increíble, esta playa también es extensa y es ideal para pasar el día.



Figura II-10. Punta del Este, isla La Tortuga. Fuente: Venezuela Tuya (2022)

- 9) **Playa Caldera:** Se encuentra al otro lado de Punta del Este y tiene un poco más de oleaje, en virtud de que llega la corriente de mar abierto, sin embargo, la gran extensión de playa es muy espectacular al igual que el azul del mar, el cual es el azul más eléctrico que puedes encontrar en La Tortuga. (Ver Figura II-11).



Figura II-11. Playa Caldera, isla La Tortuga. Fuente: Venezuela Tuya (2022)

- 10) **Los Palanquines:** Es un bajo formado en la zona noroeste de la isla La Tortuga, turísticamente es poco visitado y es recomendado más que todo para grupos medio-avanzados en prácticas subacuáticas. (Ver Figura 11). El mar en esta zona, se vuelve muy cristalina y de poca profundidad, debido a la barrera de piedra natural que funciona como rompe olas del mar abierto.



Figura II-12. Los Palanquines, isla La Tortuga. Fuente: Venezuela Tuya (2022)

2.3 Clústers

Michael Porter fue el primero en introducir el concepto de clúster, en su obra *La Ventaja Competitiva de las Naciones* (1991), definiéndolo como:

El conjunto de empresas que operan a través de redes en torno a una actividad productiva base de desarrollo, concentradas geográfica y/o sectorialmente por concordancias y complementariedades en torno al sector base, alcanzan un alto grado de especialización, competitividad y eficiencia, generando procesos dinámicos a través de los cuales es posible garantizar el éxito del clúster. (Porter, 1990, p. 207)

Desde este punto de vista, el concepto de Porter en torno al clúster, alude al agrupamiento de empresas que se desarrollan e interactúan en un mismo contexto geográfico, en relación a una cadena de valor que genera ventajas competitivas.

La existencia de un agrupamiento de varios sectores que se nutren con insumos, técnicas e infraestructura comunes también estimula a los entes oficiales, a las instituciones educativas, a las empresas y a los particulares a invertir más en mecanismos para la creación de factores pertinentes. (Porter, 1990)

Dentro del complejo, los sectores se refuerzan entre sí y colaboran mutuamente, obteniendo grandes beneficios en cadena, entre los cuales se pueden considerar el acceso a

empleados, proveedores e información especializada, coordinación de actividades complementarias, acceso a instituciones y bienes públicos, más motivación y mejores rendimientos, oportunidades para desarrollar innovaciones y el surgimiento de nuevas empresas. Desde esta premisa, la noción de competitividad de la empresa es potenciada por la competitividad del conjunto de empresas y actividades que conforman el clúster.

2.3.1 El Modelo de Clúster Turístico

En cuanto al sector turismo se refiere, el enfoque de clúster ofrece al conjunto de empresas que lo integran la oportunidad de desarrollarse y de obtener una ventaja competitiva a la luz del espacio geográfico donde bien se ha designado el proyecto ecoturístico, generando a su vez un impacto positivo en las economías de escala.

La intersectorialidad de la actividad turística permite generar efectos multiplicadores de gran amplitud, y a su vez, la búsqueda de economías de escala y de aglomeración promueve la concentración geográfica o espacial, tanto de las actividades productivas y de servicios como de los recursos humanos, el turismo se presenta como un sector con altas potencialidades para generar un proceso de desarrollo. Un sector rico en recursos naturales que sea factible de ser explotado turísticamente, puede ser ese sector clave que reciba un impulso selectivo inicial, y logre el crecimiento y la expansión de la industria y del sector terciario. (Elías y Tuma, 2009, p. 73)

De esta manera, dentro del clúster se generan múltiples procesos de integración, encadenamientos verticales, horizontales y transversales. Son ejemplos de integración vertical (comprador/proveedor) los casos en que los mayoristas enlazan los servicios básicos en un paquete turístico, o los eslabonamientos productivos que relacionan al sector proveedor de alimentos, las manufacturas y los servicios. Otra forma de integración, que puede ser vertical u horizontal (clientes, tecnología y/o canales comunes), está representada por los grupos empresarios que comparten la propiedad de varios establecimientos, como en el caso de las cadenas hoteleras.

Es importante destacar, que se hace necesario reunir las condiciones siguientes para que una agrupación de empresas, puedan ser consideradas Clúster:

- 1) Debe tener una expresión espacial, esto está usualmente determinado por la relación de cercanía o proximidad, que existe entre las empresas que hacen parte del grupo, por lo que la definición “clúster”, puede bien ser aplicada a una región, una ciudad, o a un destino turístico.
- 2) Debe existir una interrelación entre las empresas que hacen parte del grupo; es decir, que la cooperación y colaboración entre ellas es fundamental. Ésta la razón por la cual la presente condición distingue un clúster de las agrupaciones llamadas conglomerados, donde las empresas conforman concentraciones geográficas o de actividades, pero actúan de manera individual y no se relacionan entre sí.
- 3) Además de las empresas, los clúster incluyen también a instituciones y organizaciones relacionadas con la actividad, donde cooperan para agregar valor, con el objeto de que la suma de cada una de éstas, genere ventajas competitivas al conjunto de empresas.

Si bien es cierto que en este ámbito las empresas compiten, también es muy cierto que cooperan entre ellas para añadir valor que sustenten ventajas competitivas al conjunto de empresas. Aunada las fuerzas de cada una de las empresas hay un desempeño mayor en el nivel de productividad que el que existiría si operan de manera independiente o aisladas.

Porter concibió su modelo de Diamante de la Competitividad para dar a conocer los factores concluyentes de las ventajas competitivas de las naciones, ya sean en sectores determinados de la economía o bien en segmentos determinados.

El sector del turismo es un sector importante de la economía porque representa un interesante modelo de ingresos que aportan al desarrollo de un país. Según Porter (1998) las ventajas competitivas en un sector de la economía reciben la injerencia de seis variables:

- **Las condiciones de los factores**, que incluyen los recursos humanos, físicos, de conocimiento, de capital y tecnológicos.

- **Las condiciones de la demanda**, que hace referencia al nivel de exigencia de los clientes (una demanda exigente estimula la innovación de productos y servicios y la eficiencia empresarial).
- **Las características de las industrias conexas y de apoyo**, referidas a las dinámicas internas con los proveedores e instituciones de apoyo.
- **Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas**, grado de competencia, innovación y gestión.
- **El accionar del gobierno** como facilitador, o en algunos casos, como obstáculo para la fluidez de los negocios.
- **La casualidad**, posibilidad u ocurrencia de sucesos inesperados, como por ejemplo, crisis económicas o acuerdos bilaterales.

2.4 Bases Legales

En cuanto a la concepción de las bases legales, vale aludir la determinación de que las mismas obedecen a: “la normativa jurídica que sustenta el estudio. Desde la Carta Magna, las Leyes Orgánicas, las resoluciones, decretos, entre otros”. (Martins, 2010, p. 1). Se entiende, que dichas bases, se cifran en la Orden Ejecutiva o Resoluciones que disponen la creación de un organismo, programa o la asignación de recursos.

Estas bases, demuestran una asociación de todas las referencias legales, que soportan el tema o problema de estudio seleccionado, a través de la consulta de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, las leyes orgánicas, las disposiciones gubernamentales, entre otros dispositivos apropiados dentro del marco del sector turístico.

Siguiendo tal eje contextual, para Venezuela el turismo es una actividad económica de interés nacional y de utilidad pública, prioritaria en cuanto a su maniobra de diversificación y desarrollo razonable, tal como lo establece la Constitución:

Artículo 310. El turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Dentro de las fundamentaciones del régimen socioeconómico previsto en esta Constitución, el estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El estado velará por la creación y fortalecimiento del sector turístico nacional. (Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, 1999, p. 32)

Por otra parte, cabe destacar, que Venezuela cuenta con la Ley Orgánica de Turismo (2008), la cual rige la actividad turística en los siguientes términos:

Artículo 1º. El presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo tiene por objeto promover, organizar y regular la actividad turística, la organización y funcionamiento del Sistema Turístico Nacional, como factor estratégico de diversificación socioeconómica y desarrollo sustentable y sostenible del país, mediante la creación de normas que garanticen la orientación, fomento, desarrollo, coordinación y control de la actividad, estableciendo los mecanismos de concertación, cooperación, asistencia y solidaridad de los órganos y entes de la Administración Pública, instituciones privadas y mixtas de esta actividad, orientados al desarrollo, participación y protagonismo de las comunidades; logrando así una actividad turística basada en los principios de justicia social, equidad, no discriminación, solidaridad, protección del ambiente y productividad. (Ley Orgánica del Turismo, 2008, p. 3)

En función de ello, la referida ley tiene como norte regular e inspeccionar la política originaria de turismo, por lo que compone la ley marco del sector. Su objetivo es el de controlar la disposición, la facilitación, el fomento, la combinación e inspección de la actividad turística, como factor de progreso económico y social del país, y el de instituir los elementos de contribución y concertación de las divisiones públicos y privados en esa actividad.

En este mismo sentido, el objetivo último de esta ley es alcanzar el progreso humano integral, área para que las personas interactúen como usuarias de bienes turísticos o como acreedoras de servicios turísticos. Equivalentemente, busca originar, fomentar y desplegar la cultura popular en todos sus aspectos. Favorece a los cambios para que transformen métodos, presentaciones y planes turísticos y a los municipios que atenúen la instauración de patrimonios municipales de financiamiento de proyectos y perfeccionamiento turísticos.

Por otra parte, reglamenta la ordenación y actividad del sector turístico nacional. Su contorno de atención percibe el de los órganos e instituciones que desarrollen actividades relacionadas con el sector y los prestadores del servicio turístico, puesto que cambia los procedimientos relativos al Fondo Nacional de Promoción y Capacitación Turística, concibiendo más activo en su labor, y porque funda los componentes de intervención del sector público y privado.

Dentro del sistema jurídico venezolano que regula la actividad turística, se cuenta también con el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Inversiones Turísticas y del Crédito para el Sector Turismo, y más recientemente el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Fomento del Turismo Sustentable como Actividad Comunitaria y Social, sin menoscabo de las otras normas jurídicas que pudiesen aplicar de acuerdo a cada circunstancia.

2.4.1 Políticas Públicas

La actividad turística es considerada en el actual contexto político venezolano como una actividad esencial en los propósitos de reactivación y diversificación de la economía, así como de la reorganización del espacio regional y local que se ha planeado desde la descentralización del gobierno. Es así, como desde un órgano central y de las competencias que se han otorgado a los estados y municipios, se considera que la diversidad paisajística que caracteriza al país abre un abanico de posibilidades de inversión y desarrollo de proyectos turísticos.

Dentro de este contexto, el término políticas públicas, se asocia de inmediato con asuntos del gobierno o como actividades de las instituciones públicas, que van dirigidas a tener una influencia determinada sobre la vida de los ciudadanos y considerarse como pública, y estas tienen que haber sido generadas, o al menos procesadas en el marco de los procedimientos, instituciones y organizaciones gubernamentales. “Es evidente que la Política Pública, siempre se dirige a una situación que requiere una intervención por parte del Estado, para lograr ciertas transferencias directas o indirectas a la sociedad, pueden incluir orientaciones, instrumentos o mecanismos, así como aspectos institucionales”. (Maggiolo y Perozo, 2007, p. 374)

En atención a lo expuesto, es atribución del Estado venezolano la promulgación de las políticas públicas dirigidas a la actividad turística, para lo cual ha creado el Ministerio del Poder Popular para el Turismo, como órgano rector y la máxima autoridad administrativa en la actividad turística, encargado de formular, planificar, regular, coordinar, políticas, planes, programas y acciones estratégicas, destinadas al desarrollo sustentable del país como destino turístico, orientado al mejoramiento de la calidad de vida del pueblo venezolano, y a potenciar el protagonismo de las comunidades de la actividad turística.

CAPÍTULO III

DESCRIPCIÓN DEL ARCHIPIÉLAGO

3.1 Misión y Visión

Referente a la Misión y Visión de la Zona Económica Especial isla de La Tortuga, se aplicaron los lineamientos para elaborar una Misión y una Visión de una empresa. La misión debe permanecer, más la visión es susceptible a cambios. Se presenta entonces, la Misión y la Visión de la isla de La Tortuga.

Misión

La misión ecoturística de la Isla de La Tortuga, consiste en ofrecer un servicio de alta calidad, basado en el impulso del desarrollo local y regional, a partir del desarrollo de las bondades que el mar y la tierra proporcionan, así como, lograr que las personas disfruten de su estadía al aire libre y que la experiencia vivida sea satisfactoria y cumpla con las expectativas creadas.

Visión

Divulgar los recursos naturales y culturales del archipiélago y darlo a conocer a todo el país y a los turistas que lo visitan, con el interés de estructurar una empresa turística líder en el mercado Ecoturístico y mediante un modelo de gestión orientado a la creación permanente de valor para clientes y nuestros empleados, que brinda sus servicios de manera transparente, oportuna y confiable, contribuyendo a generar una cultura de mercado y bienestar para la sociedad.

3.2 Desarrollo Económico

La isla La Tortuga fue seleccionada como una de las Zonas Económicas Especiales, ubicada en el Territorio Insular Miranda. Es la segunda isla más grande de Venezuela. Su nombre se debe a la gran cantidad de varias especies de tortugas que tiene. Con aguas cristalinas y arena blanca, se convierten en un atractivo turístico para todos los amantes del mar.

Es un archipiélago del Mar Caribe, situado a 60 millas náuticas de Puerto La Cruz (Venezuela), se puede llegar en tres horas en lancha. Los visitantes pueden disfrutar viendo y oyendo a los delfines, hay langostas, rayas, diversos peces como el dorado, mero, entre otros. La Tortuga comprende numerosas islas, islotes y cayos, como Los Palanquines, las islas Tortuguillos, cayo Herradura, cayos Ño Martín, islote El Vapor y cayos de Punta Ranchos.

Para los gobernantes del país, este proyecto de la isla La Tortuga es un proyecto turístico muy importante hoy por hoy en la región. Solicitaron a países como Asia, Europa y el Caribe invertir en este proyecto ecológico considerados por ellos, como el “proyecto ecológico de gran importancia para el mundo en el ámbito del turismo”.

Moreno (2018), indica:

La propuesta incluye construir 10 hoteles resort de alto nivel con energía renovable, energía solar y eólica, cuyo desarrollo se suscribe a un proyecto elaborado durante 10 meses bajo el aval de la Presidencia de la República y la participación de la Vicepresidencia de Ciencia, Tecnología, Educación y Salud, así como de los ministerios del Poder Popular para el Turismo; Ecosocialismo y Transporte. (p.2)

Continúa Moreno expresando que:

El proyecto además comprende la construcción de un aeropuerto internacional y un puerto como destino de los cruceros que van a transitar por el Caribe. De igual forma, se creará un Centro de Investigación que aporte permanentemente al desarrollo de la tecnología, de la investigación”, salvaguardando el medio ambiente. (p.2)

El Estado, con la creación de las Zonas Económicas Especiales, les inyectará recursos a estos proyectos con el objeto de hacerlos prósperos a partir del turismo en este caso, o a través de la venta de productos autóctonos y recuperación de zonas para incentivar el mercado nacional e internacional en todo el país.

3.3 Ecoturismo

Con la inclemente mano humana que pretende llevarse por delante todo lo que la naturaleza le ha brindado, nace con fuerza el ecoturismo, cuyo objetivo y propósito más importante es cuidar el ambiente por donde los turistas recorren durante sus vacaciones. Aunque su definición ha sido controvertida, la primera fue la de Ceballos-Lascuráin, la misma es utilizada por La Unión Mundial para la Naturaleza (IUCN):

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales. (p.1)

Los turistas que desean hacer ecoturismo deben ser personas que amen a la naturaleza, que sean sensibles ante el daño global, que puedan con sus acciones promover el cuidado a la naturaleza. Es así un viaje responsable que apoya al medio ambiente y a las comunidades locales. En este mismo contexto de ideas, la autora del libro “Ecoturism and Sustainable Development”, da una definición que se ha convertido en estándar de acuerdo con Merg 1999. Honey (1999) citada por Rhodes A. (s/f) propone:

Ecoturismo es el viaje a áreas frágiles, prístinas, y normalmente protegidas que se esfuerzan por ser de bajo impacto y (normalmente) de pequeña escala. Ayuda a educar a los viajeros; provee de fondos para conservación; directamente beneficia el desarrollo económico y el fortalecimiento político de comunidades locales; y promueve el respeto por las diversas culturas y los derechos humanos. (p.2)

El viajero Ecoturístico va en función de aprender, en primer lugar, y luego de brindar su sensibilidad a aquellas zonas protegidas que entiende que hay que cuidar, que se tiene que dar un aporte como ser humano a la naturaleza, cuyos productos y riquezas no cesa de proveer, y que lo que recibe es agresión.

El respeto a la naturaleza y a los demás congéneres es fundamental para que en el planeta siga existiendo la vida. En estos momentos el planeta está viviendo riesgos que de haber sabido atacarlos a tiempo no serían tan contundentes, como la degradación de glaciales, ríos, lagunas y tierras fértiles, la contaminación ambiental y de mares, entre otras.

No obstante, Honey (1999) citada por Rhodes A. (s/f) expresa que: “El ecoturismo genuino, busca poner en la práctica los múltiples principios del ecoturismo, dentro de un solo proyecto, compañía o parque. El ecoturismo light, busca adoptar una sola fachada, sin hacer los cambios fundamentales al turismo de masas” .(p. 4)

En este contexto, la autora promueve fortalecer el ecoturismo, a partir de nuevas prácticas en cuanto a la proyección del mismo. Una nueva conciencia hacia el cuidado de la naturaleza es una práctica que debe ir fortaleciendo las conductas de las personas más sensibles hacia el ecoturismo.

3.4 Posicionamiento Nacional

Venezuela es un país que posee enormes potencialidades turísticas. Es un país con costas de 3.726 kilómetros de longitud, con 1700 km. de playas de arena y 311 son islas. Esto hace de Venezuela un atractivo turístico de primera línea. Entre estas islas se encuentra la de La Tortuga, la cual pertenece a la Zona Económicas Especiales, zonas promovidas desde la presidencia de la República, con el objetivo de convertirla en un destino turístico de primer nivel.

Hasta la presente fecha, el gobierno solo ha construido en esta zona un aeropuerto, una planta desalinizadora, carreteras y vías de acceso y un conjunto de pequeños hospedajes en los que han participado inversionistas venezolanos, todo esto, con la intención de desarrollarla turísticamente y atraer el turismo en el corto plazo, sin embargo, no existe un proyecto que integre a todas las partes necesarias para un desarrollo sostenible en el tiempo y con una garantía del cuidado el medio ambiente.

En distintas declaraciones por el Ejecutivo y diferentes representantes del Estado venezolano, se manifiesta el interés en desarrollar la zona de la isla de La Tortuga para convertirla en un destino de primer nivel, tal como se comenta en el primer párrafo de este punto, sin embargo, para lograr un “atractivo turístico de primer nivel” es importante considerar todo lo que se requiere para que sea realmente un desarrollo de primer nivel, comparable con otros, como por ejemplo; las islas Maldivas en pleno Océano Índico y Bora Bora en el pacífico Sur.

Con la poca infraestructura construida hasta el momento, este complejo turístico es receptivo para que las personas que lo visitan disfruten de todas las bondades que atesora esta isla del Caribe. De esta manera la isla de la Tortuga se potencia como una oportunidad para la captación de divisas y para que inversionistas nacionales e internacionales desarrollen complejos hoteleros con un concepto distintivo tanto en temática como en servicios, para atraer el turismo del continente Americano y de Europa Occidental.

Por otra parte, se llama a la organización de los pescadores de la zona, a fin de que presten un mejor servicio a los visitantes de la isla, porque es la forma en que una zona altamente turística logre el posicionamiento nacional al que todos aspiran. Con el turismo un país puede salir adelante, y convertirse en una potencia turística, prueba de ello son las islas del Caribe, las cuales son potencialmente un seguro generador de divisas para los países que representan. Es muy importante destacar, que para lograr la captación de divisas el target idóneo es el turista internacional.

3.5 Principales Turistas Nacionales y Extranjeros

Todos los países son un destino factible para la cantidad de turistas que pueden existir en el mundo. Obviamente, hay países con más atractivos que otros, esto por su belleza, economía, cultural y seguridad. Además, lo económico juega un papel muy importante a la hora de seleccionar un destino para ir de vacaciones y diversión. Como lo dice la Facultad de Comunicación, Diseño Gráfico – Industrial (2016), los turistas son:

Grupos de personas que fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura, salud, devoción, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa, ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (p. 5)

Un turista es potencialmente, un factor que causa bienestar donde llega, pues, lo más factible es que compre, que visite y que promueva la cultura de esa región cuando viaje a otros lugares o a su lugar de destino. Es por ello, que al turista hay que protegerlo y cuidarlo desde que llega hasta que abandona el país, porque su opinión es determinante para el turismo nacional e internacional.

Se habla también de turismo sustentable, el cual de acuerdo con la Facultad de Comunicación, Diseño Gráfico – Industrial (2016):

El turismo será sustentable cuando responda a una planificación de las autoridades nacionales y locales y, sobre todo, de las comunidades beneficiarias y sus logros sean repartidos en forma equitativa. Solamente cuando se siente que una actividad beneficia directamente a toda la población, incluidos hombres y mujeres, genera empleo y mejora los ingresos, se apreciarán sus resultados y su impacto. (p.5)

Entonces, para que el turismo sea sustentable, es necesario que toda la comunidad participe en ello, y que desde cada espacio que le corresponda puedan generar productos de calidad para que el turista compre y consuma. Y por supuesto, que las ganancias sean distribuidas entre toda la población participante, lo que le dará una fortaleza única al turismo.

3.6 Itinerarios Turísticos

Venezuela se encuentra ubicada al norte del Sur América, con una posición geográfica y geopolítica excepcional. En cuanto a los lugares turísticos más visitados, existen muchos, entre ellos los siguientes:

- El Salto Ángel, declarado patrimonio de la humanidad por la UNESCO. Es la caída de agua más alta del mundo con 979 m.
- Los médanos de Coro.
- La Colonia Tovar.
- La laguna de Mucubají.
- Parque nacional Delta del Orinoco.
- Archipiélago de los Roques.
- Parque exótico flora tropical.
- Isla de Margarita.
- Teleférico de Mérida.
- Choroní estado Aragua.
- Cascada del Vino.
- Parque Nacional el Ávila.
- Parque Nacional el Guácharo.
- Parque Nacional Mochima.
- La Tortuga.
- Roraima.
- Monumento a la Virgen de la Paz.
- Parque Nacional Morrocoy
- Parque Nacional Henri Pittier

Estos itinerarios turísticos, son parte de lo más hermoso que posee este país de Venezuela. Visitarlos es quedarse prendado de tanta belleza natural. Todos estos lugares poseen hoteles, posadas, restaurantes, y diversión para grandes y chicos.

3.7 Proceso de la Zonas Económicas Especiales

Se denomina Zonas Económicas Especiales, a diversos lugares seleccionados por el gobierno nacional como puntos de partida para incentivar el comercio nacional. Estas se conocen a nivel mundial como: Zona Franca Industrial, Zona libre de Comercio, o simplemente Zona Franca. Como lo expresa Sucre A. (2022):

En su forma moderna se iniciaron en los años 50 en Irlanda y en la década de los 80 recibieron un gran impulso cuando China las implementó en el contexto de su programa de reformas. Numerosos países han seguido, tales como EAU, Corea del Sur, Malasia, Filipinas, República Dominicana, Colombia, Sudáfrica, con distintos niveles de éxito. A pesar de que no existe un censo, se estima que existen en el mundo más de 4.300 zonas económicas especiales (en 1995 existían 500) y que emplean a más de 68 millones de personas. (p.1)

En estas Zonas Económicas Especiales, son claves para la economía nacional porque en ellas se concentran los mayores recursos económicos del país, con mayores ventas comparativas, para exportar y atraer turistas, las que luego van a impulsar la economía en el resto del país. En este contexto el presidente Maduro ha promulgado una Ley Orgánica para la creación de cinco zonas económicas especiales con el objetivo de atraer a los inversores al país y equilibrar el desarrollo de las regiones. En palabras de Sucre A. (2022).

Las características principales de las ZEE se resumen en tres grandes áreas.1.- Incentivos: Reducción de aranceles, impuestos, y tasas, repatriación de beneficios, subsidios, opciones atractivas de inversión y financiación. 2.-Regulación: Autoridad regulatoria dedicada, marco regulatorio basado en estándares internacionales, transparencia, servicios gubernamentales, ventanillas únicas. 3.- Operación: Infraestructura industrial, comercial y/o residencial, infraestructura de comunicaciones, consultoría in situ, marketing, courier o transporte. (p.4)

Como se puede observar, las características principales de las ZEE, son una tríada que beneficia grandemente a las empresas que puedan operar desde este modelo. Los incentivos, la regulación y la operación van a flexibilizar cada una de las actividades comerciales que se puedan realizar desde ese establecimiento. Por lo tanto, son beneficios que solo tendrán ellas y se proyectarán al resto del país.

3.8 Riesgos Ambientales

El planeta Tierra, en la actualidad permanece en constante riesgo ambiental. Para la Universitat Carlemany (s/f): “Los riesgos ambientales son aquellos factores que favorecen la posibilidad de que el medio experimente un daño. A este respecto, no importa si dicho perjuicio es provocado por el hombre o por la misma naturaleza” (p.1). Estos riesgos provocan que el

planeta experimente un descontrol y, en consecuencia a ellos, se desaten huracanes, inundaciones, sequías, efecto invernadero y otros desequilibrios.

Existen dos tipos de riesgos, los ambientales naturales y los ambientales antrópicos. Los riesgos ambientales naturales, de acuerdo con la Universitat Carlemany (s/f): “engloban todos aquellos que produce la misma naturaleza, como pueden ser los fenómenos meteorológicos y climatológicos. Estos pueden ser muy peligrosos” (p.2). Como ejemplo de ellas la Universitat Carlemany (s/f), reseña las siguientes:

- Escasez de lluvia e incremento de sequías.
- Ciclones y tormentas.
- Calentamiento de la atmósfera.
- Crecidas de ríos y mares.
- Desplazamiento de tierra.
- Avalanchas.
- Tormentas de agua, polvo y arena.
- Cambios excesivos en la temperatura.
- Incendios forestales.

De igual forma, los riesgos ambientales antrópicos son, como lo dice la Universitat Carlemany (s/f): “Esta tipología de riesgos para el medio ambiente incluye a aquéllos que, de alguna manera, son responsabilidad del hombre y de su actividad” (p.5). Como ejemplo se señala los siguientes:

- Vertidos tóxicos.
- Nubes químicas.
- Efecto invernadero y destrucción de la capa de ozono.
- Posibles incendios de inmuebles.

Es importante que se prevenga los ataques contra el medio ambiente. La prevención se refiere a todas las medidas y acciones que se realizan de manera anterior al efecto. El objetivo

de estas acciones va dirigido a paliar y reducir considerablemente los daños que se puedan producir al ambiente.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DEL DESARROLLO ECOTURÍSTICO EN ISLA LA TORTUGA

4.1 Situación actual de la Industria Turística en Venezuela

La privilegiada ubicación geográfica que tiene Venezuela, la convierte en un gran atractivo turístico, sin embargo, luego de que el gobierno venezolano ha tenido que enfrentar tantos inconvenientes de orden social, político y económico, el sector turismo bajó sus ingresos considerablemente. El problema de infraestructuras, el impedimento de recepción de los cruceros, la limitada disponibilidad de aerolíneas internacionales que operan con el país, la deteriorada situación social y económica de los últimos años y agravada esta situación por la pandemia, entre otros, disminuyó casi de forma total la actividad turística e hizo muy complicado visitar el país, por lo que los turistas prefieren visitar otros países que sean más accesibles, sin tantas restricciones. Como se expresa en la Voz de América (2022):

Según un informe publicado recientemente de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y el Desarrollo, y aunque se espera un repunte del turismo internacional en el segundo semestre, las pérdidas debido a la pandemia se estiman entre 1,7 y 2,4 billones de dólares este año 2021, con respecto a niveles de 2019. (p.7)

Producto de la pandemia que atacó al mundo, las perspectivas turísticas sufrieron una gran debacle en el mundo y Venezuela no se exceptúa, por lo que fue un año donde según palabras de Leudo González, presidente del Consejo Superior de Turismo de Venezuela (Conseturismo), el “sector está en modo “supervivencia”, y dice, al terminar, que el 30 de junio de 2022, la ocupación hotelera estuvo en un promedio cercano al 5,6% a nivel nacional.

Es importante que se realicen campañas para incentivar el turismo, esto fortalece de alguna manera este sector, porque Venezuela posee zonas con una belleza natural apreciable para muchos y que a su vez, es posible a través de ellas “vender” su imagen. Es un país con muchas posibilidades de potenciar el turismo, y para ellos es necesario identificar a quién va

dirigida la campaña, definir objetivos, elegir los canales adecuados, crear un mensaje convincente, atractivo y emocionante, aunado a un detallado seguimiento.

De manera que, tienen que cambiar las políticas de Estado, y las políticas fiscales para que Venezuela continúe siendo uno de los mayores atractivos del mundo en el sector turístico, ya que es poseedor de bellezas extraordinarias y un pueblo que ama sonreír y que trata bien a los foráneos.

4.1.1 Demanda Turística

La demanda turística se refiere al conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en el país que visitan. Hay países netamente turísticos que promueven el turismo interno y externo, y tienen una excelente organización en esta área, porque consideran que las ganancias que generan son un ingreso muy importante para el país. Según lo manifiesta Entorno Turístico Staff (2018):

La demanda turística es, por tanto, el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegada o salidas de turistas, valor del dinero gastado u otros datos estadísticos. Entre los factores que influyen en la demanda turística se encuentra el poder económico de los turistas, la disponibilidad de vacaciones y otros factores motivadores. (p.2)

Las áreas turísticas prósperas, son un indicador de que el país brinda seguridad a los foráneos, estos buscan en el país receptor servicios de primera clase, una experiencia única que permanece en la memoria y souvenirs que sean representativos del país a fin de llevarlos al suyo como regalos o como parte de la decoración de su vivienda o negocio. Por lo tanto, es de gran relevancia que los gobiernos, tanto nacionales como locales, se aboquen a mejorar los programas turísticos que siempre devuelven la inversión que se les imprimió.

4.1.2 Clasificación de la Demanda Turística

Se clasifica, de acuerdo con Entorno Turístico Staff (2018), de la siguiente manera:

4.1.2.1. Demanda turística real: está conformada por aquellos turistas que realmente están viajando, fácilmente medible y que comprende las estadísticas sobre el turismo.

4.1.2.2. Demanda turística suprimida: aquéllos que quieren viajar, pero existen diversas razones que se lo impiden. Se pueden dividir en:

Demanda potencial: aquella demanda turística reprimida que tarde o temprano viajará, pero que no puede hacerlo inmediatamente o cuando le gustaría, por factores propios que se lo impiden, por ejemplo, falta de disponibilidad de vacaciones o estar ahorrando para el viaje.

Demanda diferida: aquélla que, por problemas debido a los proveedores (por ejemplo falta de lugares de hospedajes o en el transporte), al clima u otros, se ve obligada a posponer un viaje hasta otra fecha.

4.1.2.3 No demanda turística: aquélla a la que le gustaría viajar pero nunca tendrá disponibilidad para ello, ya sea por falta de dinero, problemas de salud, falta de tiempo, entre otros.

4.1.3 Enfoque de la Demanda

La demanda turística surge a partir de que las personas poseen tres condiciones esenciales mínimas: Ecured.cu. (2020), las clasifica en:

- Tiempo libre o disponible para viajar.
- Ingresos personales u otras fuentes financieras para los gastos de viaje.
- Necesidad o deseo de realizar el viaje (motivaciones de los clientes).

Los dos primeros aspectos son condiciones necesarias pero no suficientes para la realización de los viajes. La condición de más peso es la decisión de viajar para la cual se tiene una motivación o sentido de realizar el viaje. Desde el punto de vista sociológico, la recreación

es el uso del tiempo del ocio y que los viajes de placer forman parte de la recreación. Según EcuRed.com (2020):

El turismo es más que esto: se trata de que las personas viajan no solo por motivos de placer o como turismo vacacional. Hay otras motivaciones de viajes. El concepto de motivación está asociado, como habrán podido apreciar, a la propia definición del turista y del turismo, tanto en el plano de la estadística como en el plano conceptual. (p.12)

De manera que el turismo debe enfocarse desde dos puntos de vista: desde uno de ellos el turista que va en búsqueda de conocer algo nuevo, atractivo, bonito y gratificante y, por el otro lado, están los que reciben al turista con la motivación principal de vender, de hacerle agradable su estadía en el país, de mostrar las bellezas de su ambiente y que sea una visita inolvidable, desde los hoteles, posadas, comidas y todo lo que se refiere a un buen servicio.

Por otra parte, los modelos de demanda turística, Martín (2005) citado por EcuRed (2020), señala que:

Parten del propio concepto de demanda turística, la que, vista desde el enfoque individual, surge a partir de que las personas poseen las tres condiciones esenciales mínimas (tiempo libre o disponible para viajar; ingresos personales o fuentes financieras para los gastos de viaje e interés o necesidad en realizar el viaje). Los modelos de caracterización, como su nombre indica, contribuyen a precisar aquéllos rasgos medibles de la demanda para su uso posterior en la creación y mantenimiento de los flujos turísticos. (p.15)

Así que la disponibilidad, el tiempo libre, los ingresos propios que le permiten viajar, son los elementos que van a permitir hacer turismo, son indicadores que van dándose y constituyen el modelo de turismo que puede desarrollarse en cualquier región. Todo depende de las facilidades, del servicio y del atractivo que posea el lugar.

4.1.4 Calidad de Servicio

Para la calidad del servicio se usa la escala SERVQUAL. Ha sido la aproximación predominante, siendo aplicada (en su forma original o con modificaciones que la adapten a los

diferentes subsectores analizados) en estudios sobre hoteles y alojamiento, restaurantes, parques nacionales de vida salvaje, casas históricas, negocio del ecoturismo, agencias de viajes, estaciones de esquí, destinos turísticos y un abanico de subsectores del turismo. Como lo explican López M., Serrano A., Gómez R. (2007): “Considerados en su totalidad, estos estudios realizados en el sector del turismo sugieren que, aunque SERVQUAL necesita ser adaptado al contexto del turismo, es una herramienta de diagnóstico simple y útil para medir calidad del servicio”. (p.256)

Sin embargo, en otros estudios en los cuales se ha aplicado la escala SERVQUAL, han encontrado evidencia empírica de que las medidas de rendimiento son superiores a las basadas en diferencias en términos de medida confiable de la calidad del servicio y también han evaluado las potencialidades y las limitaciones de la escala SERVQUAL para la medición de la calidad en ocio, turismo y hostelería, concluyendo que SERVQUAL es una medida necesaria pero insuficiente para la medición de la calidad dentro de estos sectores.

De igual forma, López M., Serrano A., Gómez R. (2007) explican que: “esta única herramienta no puede ayudar a evaluar y comparar el funcionamiento de las empresas de servicios, y proponen el uso de un análisis jerárquico de procesos y gaps competitivos como medidas confiables de la calidad del servicio”. (p.257)

Como se visualiza en este análisis, es necesario que se profundice en el estudio de la calidad del turismo, considerándose que cada región o localidad expone diferencias en casi todos sus elementos. La naturaleza es diferente y llegar a ésta puede ser de acceso muy difícil, lo que implica una calidad de transportación muy importante. Por otra parte, los actores responsables de la calidad del turismo, tienen diferentes conceptos de lo que es el turismo y como impulsarlo para que genere dividendos.

Así, es muy probable que deba realizarse una escala a nivel local e individual, lo cual es complejo, porque debe ser dinámica y flexible, porque los cambios son instantáneos e impactan de diferente modo en cada uno de los elementos que componen la red turística de cada localidad.

4.1.5 Nivel de Renta Nacional

Los datos aquí expuestos se generan de la lectura del portal El Dinero foro económico febrero de 2021. De donde se extraen los siguientes párrafos, dicho por el economista José Guerra:

- 1) El tamaño de la economía venezolana en 2020 fue de aproximadamente US\$60,000 millones (€49,890.5 millones), con una renta per cápita de unos US\$2,000 (€1,663) anuales, un nivel similar al registrado en 1950.
- 2) Guerra ha explicado que las cifras de 2020 están muy alejadas de los registros de 1998, año anterior a la llegada de Chávez. Entonces, el tamaño de la economía alcanzaba los US\$110,000 millones (€91,455.2 millones), con un ingreso por habitante de US\$5,500 (€4,572.7) al año.
- 3) El ex diputado ha puesto de relieve la hiperinflación que actualmente vive el país, que según la Asamblea Nacional cerró 2020 con un nivel del 3,713%, la más alta del planeta. “Un manejo macroeconómico desastroso generó una hiperinflación que acabó con el bolívar, pulverizó los salarios y magnificó la pobreza”.
- 4) El exdiputado ha expuesto que entre 1999 y 2020, tanto Chávez como Maduro recibieron US\$991,798 millones (€824,562.4 millones) en concepto de exportaciones de petróleo, los cuales “despilfarraron y además se endeudaron”, enfatizando que la deuda que en 1998 era de US\$35,000 millones (€29,099.8 millones saltó a US\$112,000 millones (€93,119.4 millones) en 2020.
- 5) Guerra ha explicado que estas caídas son visibles desde 2007 y se agravaron a partir de 2014 con las sanciones impuestas al país latinoamericano. Además, ha apostillado que “la política petrolera consistió en extraer recursos de la industria sin invertir”.

Desde esta perspectiva, se puede deducir que la economía venezolana no se encuentra en su mejor momento, lo que incide en el turismo. Sin embargo, el gobierno nacional estableció

la creación de Zonas Económicas Especiales, siendo la isla de La Tortuga una de ellas. Lo que significa que se hará una inversión muy importante en la isla para convertirla en una zona turística, eco-turística, con atracciones y servicios de calidad, para todos los que vayan a visitarla y a disfrutar de las aguas cristalinas del Mar Caribe.

4.1.6 Valor de la Moneda

En Venezuela durante muchas décadas, la moneda ha estado más o menos estable debido a su posicionamiento en el mundo como país petrolero. Sin embargo, en los últimos años y debido a la situación política del país, la moneda ha sufrido un impacto que aún no se percibe hasta donde afectará a las relaciones comerciales del país.

Al hacer un poco de historia sobre la moneda en Venezuela, Global Exchange (2021) recurre al pasado y relata:

Fue en 1498 cuando llegaron las primeras monedas a Venezuela, de la mano de los conquistadores. Debido a la escasez de monedas metálicas y a la poca producción de objetos vendibles, en el siglo XVI predominó el uso de la perla como forma de pago, cuyo valor dependía de su peso, estas perlas provenían principalmente de las islas de Cubagua y Margarita. El Cabildo Caraqueño declaró las perlas de Margarita como moneda entre 1589 y 1620. (p.1)

De manera que, las monedas dependían de lo que los países producían desde sus riquezas y manejo de los mismos. En la época de la conquista, era muy incipiente el progreso, y Venezuela se limitaba solo a la agricultura del café y del cacao. De allí, que no tenía una moneda fuerte que pudiera usarse en las transacciones comerciales de la época.

De la misma manera, Global Exchange (2021) continúa relatando:

En 1787 el Rey Carlos III ordenó acuñar monedas de plata para que circularan en Venezuela e Islas de las Antillas, con valores de 0'5, 1 y 2 reales, fabricadas en la Casa de Moneda de México y fueron puestas en circulación en 1788. Durante la independencia, se crearon varias monedas, la primera de las cuales fue el peso venezolano, en 1811. Tras varios cambios políticos, en 1876 se creó una moneda

única para el país que fue bautizada como «el venezolano» y que fue sustituida por el bolívar en 1879. (p.1)

Es así como la moneda venezolana se ha transformado y evolucionado, hasta que en los últimos 14 años, Venezuela le ha quitado 14 ceros a su moneda. En el año 2007 fue la primera reconversión monetaria en toda la historia del bolívar, se eliminaron tres ceros y nació el bolívar fuerte. Once años después se eliminaron cinco ceros y surgió el bolívar soberano y la última reconversión fue en el año 2021, en el que le eliminaron seis ceros y se denominó el bolívar digital. Ninguno de estos procesos de reconversión logró parar la hiperinflación, que ha pasado a ser la más alta del mundo.

Esto ha ocurrido desde las políticas del gobierno de turno, en la búsqueda constante de detener la inflación, ocasionando un efecto negativo, tanto en lo económico, como en lo político y en lo social. El impacto de este escenario económico ha sido determinante en cada contexto. Además de la pandemia del Covid19, que causó también un efecto muy negativo para el país, el bolívar perdió todo su valor. Las empresas empezaron a despedir trabajadores, lo que hizo crecer exponencialmente la economía informal.

Se inicia así, un proceso de migración que además de afectar al país, afectó a los países receptores. Aunque la mayoría de los migrantes fue un valor agregado para esos países, porque migraron médicos, ingenieros, educadores, arquitectos, abogados, periodistas, contadores, entre otros. Se abandonó a la familia, muchos padres y madres se fueron sin sus hijos y parejas, esto descompuso a muchas familias que al faltar uno de sus miembros no supo qué hacer con esta nueva forma de familia.

Por otra parte, se dolariza informalmente la economía, lo que devaluó totalmente el bolívar. El Banco Central de Venezuela, genera estrategias que buscan consolidar un precio de la moneda estable, no obstante, no lo ha logrado aún.

4.1.7 Nivel de Gasto en Turismo

Con la llegada de la pandemia del covid-19, todos los países del mundo sintieron el impacto sobre todo en el sector turismo. Venezuela no estuvo exenta de esto. De acuerdo con Zurita (2020), expuso que:

En los mercados que por proximidad geográfica podrían favorecer al turismo en Venezuela se encuentra América del Sur y El Caribe. El primero recibió 35,7 millones de turistas (retrocedió 3,1% por conflictos sociales y políticos) y el segundo alcanzó 27,1 millones de llegadas de turistas con un incremento porcentual de 4,9%. (p.1)

Hay que considerar también la situación económica y política de la región, lo cual es una barrera que va a impedir que los turistas visiten a estos países, entre ellos Venezuela. En este mismo contexto, expone Sánchez J. (2020):

A su vez, hay que tener en cuenta que la totalidad del sector turismo en Venezuela es de 300.000 empleos directos y más de 1 millón indirectos; por lo que la reactivación del turismo, aunque sea interno, va a ser un óptimo generador para la economía del país. (p.6)

De manera que, la reactivación del turismo es positivo para todo el país, porque se generan nuevos puestos de trabajo para que las personas produzcan artículos, comida, y todo tipo de enseres que puedan servir de recuerdos de un viaje. Fortalecer el turismo es esencial para el país, las dificultades deben enfrentarse y generar programas y proyectos que logren incentivar el turismo como empresa vital para el desarrollo de un país. Igualmente Sánchez J. (2020), dice:

La intención del gobierno venezolano no debería ser alcanzar la movilización de 10 millones de personas por todo el territorio nacional, como lo logró durante febrero de este 2020; pero sí generar un movimiento —controlado y seguro— de la población a fines de reactivar la economía. (p.7)

Para reactivar la economía es necesario financiar proyectos que vayan a dimensionar lo que ha sido el turismo hasta el momento y le inyecten nuevas formas para que los turistas puedan disfrutar más de la naturaleza y lo arquitectónico, esto implica la remodelación y mantenimiento de los lugares históricos y de los naturales, además de una gran inversión en

infraestructuras, para ello, se necesita el concurso de muchas personas lo que abre posibilidades laborales para mucha gente.

El país requiere de funcionarios que vean al turismo como una fuente muy generosa de ingresos para el país, hasta que esto no se vea de esta manera va a ser difícil hacer inversiones importantes. Deben verse los ejemplos de países, como España, que surgieron luego de una férrea dictadura, como el ave fénix, gracias al turismo y así muchos casos en el mundo.

4.1.8 Estado del Ciclo Económico

Los ciclos económicos son muy fluctuantes, esto por múltiples razones, en la actualidad la pandemia del Covid19 ha sido el punto que le faltaba a la economía de la mayoría de los países (por no decir, todos), la pandemia debilitó la economía en todos ellos, por razones obvias; sin medicinas, sin vacunas, sin servicios de emergencias aptas para recibir a tantos enfermos. En este sentido, el turismo se vio muy afectado en el país, como lo explica Wong (1997). Realizó uno de los primeros trabajos publicados sobre las relaciones entre los ciclos económicos y la actividad turística. El autor afirma que:

Al estar considerado como un bien de lujo (es decir, con elasticidad-renta mayor que la unidad), el turismo es extremadamente dependiente de la renta disponible de los consumidores, que a su vez está vinculada a la situación económica. Así, una situación económica positiva (o la perspectiva de tal situación) favorece la realización de viajes, mientras que un recorte en el gasto en viajes sería una respuesta natural al empeoramiento de las condiciones económicas. (p.31)

Como se deduce de lo dicho por este autor, el turismo es directamente proporcional a la economía de los consumidores, quienes dependen a su vez de la economía del país. Cuando un país es próspero, los ciudadanos tienen mayores posibilidades de hacer turismo, cuando no lo es, entonces, el turismo es uno de los primeros rubros en ser afectado.

En informes de prensa nacional, el turismo es uno de los aspectos en los cuales se pondrá mayor interés para reactivarlo. Con base a ello, Venezuela realiza una Feria Internacional de Turismo los días 14,15, y 16 de diciembre 2022, en el Círculo Militar de Mamo, estado La

Guaira, informó el ministro de Turismo Alí Padrón. Dijo el ministro: “Que el objetivo es colaborar con un cambio de paradigma económico y ampliar el rango de las actividades principales del país. Hay que trabajar en un cambio de visión hacia un país turístico con grandes potencialidades”. (p.1)

El cambio de paradigma económico es fundamental, se debe ver a Venezuela y a sus bellezas naturales como un país potencialmente turístico, hay que creerlo y luchar por ello. En función de estos cambios necesarios, es posible convertir al país en una atracción turística importante. El interés, tanto del gobierno como de la empresa privada, debe coordinar esfuerzos que incentiven el turismo en todas sus manifestaciones.

4.1.9 Nivel General de Precios

Los niveles de precios de venta de los artículos y productos turísticos, tiene sus bases en la estrategia de marketing de la empresa. Estos precios se verán influidos por los objetivos del marketing. Cada empresa conoce sus productos y maneja el marketing según sus proyecciones y necesidades, de allí que la campaña de marketing debe ser con objetivos claros, que lleve el producto hasta la mesa o bolsillo del comprador, además de satisfacer sus expectativas. De allí que Nicolau J. (s/f), explica que: “La fijación de los precios en el sector turístico reviste especial complejidad debido a la variabilidad en la composición de los productos, al alto grado de competencia existente, y a las dificultades de predecir los flujos de visitantes” (p.3). Todas estas variables deben ser consideradas a la hora de proponer un precio para estos productos.

Por otra parte, Nicolau J. (s/f), refiriéndose al aspecto económico dice:

Desde un punto de vista estrictamente económico, el precio se puede definir como la cantidad de dinero que se precisa para adquirir una determinada cantidad de un bien o servicio. El precio se concibe así como la relación formal que indica el sacrificio monetario que el consumidor debe realizar para conseguir del vendedor una cierta cantidad de producto. (p.3)

El precio significa una variable multidimensional, porque en él es necesario considerar el precio del alojamiento, la gastronomía, los servicios, el transporte y los sitios turísticos de

interés u otras localizaciones. En este contexto, es importante el precio como instrumento del Marketing, Así lo explica Nicolau J. (s/f):

1) Se trata de un instrumento a corto plazo; 2) El precio es el único instrumento del Marketing que proporciona ingresos; 3) Es un poderoso elemento competitivo; 4) El precio es un indicador de calidad para muchos consumidores (este hecho es especialmente relevante, ya que el grado de incertidumbre del turista es mayor al no poder experimentar el servicio antes de consumirlo); 5) El precio actúa como regulador del volumen de demanda; 6) El precio puede actuar como filtro selector del tipo de clientela. (p.4)

Son entonces, los precios del contexto turístico más sensibles que los que no pertenecen a este sector, por lo cual es importantes para que el consumidor pueda satisfacer sus expectativas y quedar conforme con lo que adquirió, en este sentido, las campañas de marketing orientadas a que el cliente perciba que el producto/servicio tiene mejores atributos que la competencia, es de vital importancia.

4.1.10 Nivel de Precios Relativos

En el caso de Venezuela, la inflación parece estar más influenciada por fenómenos de carácter estructural que por elementos coyunturales. Se debe analizar la relación que existe entre las características de la distribución de precios relativos (varianza y asimetría) y la inflación a la que se enfrentan los venezolanos. De acuerdo con Contreras J. y Guarata N. (2013), la investigación debe contemplar:

En primer lugar, se revisan las principales teorías que han sido desarrolladas para explicar el fenómeno inflacionario con el fin de contextualizar el problema planteado y, en segundo lugar, se analiza la relación que existe entre la distribución de precios relativos (varianza y asimetría) y la inflación. (p.87)

Estos índices se revisaron en otros países y se confirmó una relación positiva entre la distribución de precios relativos y la inflación. Entre las teorías, Contreras J. y Guarata N. (2013), revisaron las siguientes:

- La ecuación de transacciones de Irving Fisher y la ecuación cuantitativa de Cambridge. La ecuación de Fisher establece una relación entre la oferta monetaria, M , la velocidad del dinero V , el volumen de transacciones, T , y el nivel de precios. En la ecuación de Cambridge, se supone que las demandas individuales de dinero se agregan en una demanda macroeconómica (M_d) proporcional al nivel de la renta.
- Brecha inflacionaria (Keynes, 1940): Sea la demanda real Y_t , constituida por la demanda de consumo real C_t , y la demanda de inversión I_t , mientras que Y_0 es producción real de pleno empleo. Es decir, la inflación surge de un exceso de demanda agregada por encima de la capacidad de pleno empleo de la economía. Por ejemplo, si existe una fuerte concentración oligopólica, los precios responden lentamente a la demanda y rápidamente a los costos. Entonces los precios suben por vía del incremento de los costos, que se produce por el incremento en los salarios provocado por un exceso de demanda en el mercado de factores.

En este estudio también se revisó la curva de Phillips 1958, el rol preponderante de los factores monetarios, el enfoque monetario de la balanza de pagos, la síntesis neoclásica, la nueva escuela neoclásica, el déficit fiscal y la inflación, el enfoque de represión financiera.

En cuanto a las hipótesis estructurales en la teoría de la inflación, se revisó: el enfoque neoestructuralista, enfoque de conflicto distributivo, modelo latinoamericano de inflación estructural. Al hacer la revisión se logró determinar cuáles factores, cuáles teorías se mueven en el contexto inflacionario venezolano y así elaborar conclusiones más acordes con la realidad.

Luego de esta introducción la investigadora define en forma simplificada que el nivel de precios relativos es la relación de precios entre dos productos, (A/B) , A es el precio de un bien relacionado al turismo y B es el precio de cualquier otro bien. A manera de ejemplo se cita; si una noche de hotel cuesta 10 y un servicio esencial como la salud cuesta 5, el valor del precio relativo es 2, o sea, se debe elegir entre pasar una noche en el hotel o pagar dos unidades de salud.

Como no todos los bienes y servicios incrementan su precio de la misma manera, la variación de los precios relativos es constante.

Ahora bien, existe una relación comprobada que cuando más elevada y permanente sea la tasa de inflación, mayor será la variación de los precios relativos de los bienes.

En el caso de Venezuela las principales factores que influyen en el proceso inflacionario son:

- Recorte del ingreso de caja por el desplome de la cotización del petróleo.
- Desequilibrio de la balanza comercial, con lo cual se redujeron las importaciones, provocando una escasez de oferta frente a un exceso de demanda que colapso en el desequilibrio de precios.
- Activación de “la máquina de hacer dinero”, con emisión sin ningún tipo de respaldo y con una producción que no satisface la demanda, por esta razón el incremento de precios fue inevitable.
- Malas políticas fiscales y un gasto público sin control.

Luego de este análisis, toma aún más fuerza la necesidad de controlar el proceso inflacionario y sostener el concepto de que la facturación de los servicios deben mantenerse en Dólares Americanos, dado que, hasta que no cambien las condiciones económicas, los mismos estarán sustancialmente enfocados al turismo internacional, donde la ecuación de precios relativos le es totalmente positiva.

4.2 Alternativas de Inversión en el Sector Ecoturístico Venezolano

4.2.1 Regulación Económica

En la economía venezolana se mueven diversas variables que son únicas y que impactan de manera significativa al sector turístico. El sector de turismo en el plano global es una

auténtica fortaleza y un motor de crecimiento económico. Según Coll F. (2022): “El turismo genera el 9% de la economía mundial y, contrastando con otros sectores, hablamos de un sector que se sitúa por delante de otros de gran relevancia, como la agricultura, la automoción o la química”.(p.3)

De manera que, cada país debe atender a este sector de modo especial, porque es un generador de ganancias, además de internacionalizar las bellezas naturales del país. Ello fortalece la cultura, el arte, la economía. Es así como, el sector turístico es un sector que aporta muchas ventajas a nivel económico de los países que apuestan por él.

Por lo tanto, en la regulación económica juegan un papel importante las inversiones públicas y privadas, la forma en que los ciudadanos asumen el turismo como generador de ingresos, la forma en que los gobernantes se interesan en cada espacio natural, cultural, deportivo y lo ajustan a las expectativas de los potenciales turistas.

En la actualidad, para Venezuela, este sector está deprimido, debido a la situación política y social que indudablemente afecta la economía del país. Sin embargo, existen proyectos gubernamentales, tales como las Zonas Económicas Especiales, específicamente en la isla de La Tortuga, hay un gran interés en hacer una fuerte inversión y esfuerzo de todo un grupo de venezolanos que apuestan por esta zona turística.

4.2.2 Nivel de Competencia de la Oferta

Es necesario para el país, que el turismo se convierta en una gran industria, un sector generador de importante actividad económica y de empleos, además genera divisas que son muy necesarias para la economía del país. Se debe destacar que el gobierno nacional se ha ocupado muy poco de esta industria, eso atiende a múltiples razones, sin embargo, Venezuela como país posee bellezas naturales incalculables. Esto es una ventaja que el gobierno debe aprovechar en función de invertir y ampliar las posibilidades de turismo en el país.

Venezuela posee una situación geográfica privilegiada, perfecta para salida y entrada de Cruceros, además de la gastronomía regional amplia, zonas indígenas, con su artesanía, tradición y cultura. Por otra parte, es un país con unos cuantos kilómetros de costa, con playas hermosas y que durante todo el año hay sol.

Por otra parte, es muy importante la oferta en este sector. Obviamente, deben existir niveles de competencia entre los diferentes hoteles, posadas, vuelos, paseos, entre otros. De allí, que la oferta debe ser sólida en el sentido de que lo que se oferta sea de buena calidad y los turistas puedan elegir entre diferentes opciones. La calidad de los productos depende de la planificación y materia prima utilizada y la competitividad es primordial porque ella hace que cada empresa se esmere en hacer los mejores productos y ser los primeros en el mercado.

4.2.3 Devaluación de la Moneda

Desde que se inició la devaluación de la moneda venezolana (el bolívar) se ha seguido debilitando consecutivamente. Esto por varias razones, de acuerdo con Luis Vicente León entrevistado en el Diario del estado Guárico “El Nacionalista” del 7 de enero de 2022: considera que Venezuela sigue alentando las importaciones. Considera el especialista, que la dolarización transaccional y la liberación de precios ha permitido una mejora en la actividad comercial, aunque muy basada en importaciones. Tendencia que se mantiene durante todo el año 2022. Textualmente dice: “Que la economía venezolana sigue siendo de alto riesgo y sobrevaluada. Eso indica que se concentran oportunidades en sectores comerciales y servicios y en atención de necesidades básicas como alimentos, salud y tecnología”.

Continúa diciendo que:

Se espera un crecimiento de la economía con respecto al año pasado, se espera un crecimiento del PIB del 5%. Pero estará concentrado en comercio y servicios y no en manufactura y no significa recuperación contra la caída histórica que es de 75%. (p.4)

Como se puede deducir, el problema de la devaluación de la moneda no es un problema simple, por el contrario, es bien complejo y difícil de superar. Se debe empezar a producir en las empresas venezolanas, para no alentar las importaciones y poder, en algún momento, exportar.

4.2.4 Derecho a Vacaciones Remuneradas

Derecho humano por el que el trabajador puede disfrutar de unos días sin que tenga que cumplir con sus obligaciones laborales a los efectos de su descanso mental y físico. En Venezuela el período de vacaciones es remunerado. Así lo reza en el: Artículo 190 de la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras: “Cuando el trabajador o la trabajadora cumpla un año de trabajo ininterrumpido para un patrono o una patrona, disfrutará de un período de vacaciones remuneradas de quince días hábiles”.

Los años sucesivos tendrá derecho, además, a un día adicional remunerado por cada año de servicio, hasta un máximo de quince días hábiles. Las vacaciones que se interrumpen por hechos no imputables al trabajador o a la trabajadora, se reactivarán al cesar esas circunstancias. Durante el periodo de vacaciones el trabajador o la trabajadora tendrán derecho a percibir el beneficio de alimentación, conforme a las previsiones establecidas en la ley que regula la materia. Durante el periodo de vacaciones no podrá intentarse ni iniciarse algún procedimiento para despido, traslado o desmejora contra el trabajador o la trabajadora. El servicio de un trabajador o una trabajadora no se considerará interrumpido por sus vacaciones anuales, a los fines del pago de cotizaciones, contribuciones a la Seguridad Social o cualquiera otra análoga pagadera en su interés mientras preste sus servicios”. G.O.E. N° 6.076 del 7-05-2012.

Este artículo sustenta la relación vacacional que los trabajadores y trabajadoras tendrán con la empresa donde laboren. Tienen quince días hábiles de vacaciones, para el disfrute de su tiempo libre. Si permanece un tiempo en la empresa tendrán un día adicional por año. En las vacaciones gozarán del beneficio de la alimentación. Y no pueden ser destituidos de sus cargos mientras gocen de su periodo vacacional.

4.2.5 Campañas de Marketing

En la actualidad las empresas tienen un aliado en las campañas de marketing, las cuales se ha diversificado tanto que ya una empresa no puede manejarse sin ellas. Las campañas de marketing bien elaboradas son un atractivo muy llamativo para los usuarios, quienes tienen diversas opciones para elegir, por ello cada día las organizaciones deben prestar la mayor atención a las campañas de marketing porque en la actualidad la tecnología se supera a ella misma muy rápidamente. Es así como para Comunicare.es (2022):

Una campaña es una serie de acciones que se llevan a cabo durante un período de tiempo concreto, con unos objetivos preestablecidos y que sigue una serie de estrategias. Por su parte, el marketing se define como un conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto. (p.1)

Las empresas al tener un máximo de competencia en el mercado donde desarrollan sus actividades, deben mejorar la comercialización de sus productos y para ello son las campañas de marketing. Comunicare.es (2022) expresa que: “Las campañas de marketing se disponen como planes de marketing que tienen una o más acciones determinadas. Un plan de marketing es un documento que recoge los objetivos, estrategias y pasos a desarrollar para conseguir los objetivos establecidos”. (p.2)

Para diseñar una campaña de marketing se necesita tomar en cuenta los siguientes aspectos que Comunicare.com sugiere:

- Definir los objetivos a corto y medio plazo de la campaña de marketing. Deben seguir la fórmula SMART, deben ser específicos, medibles, relevantes y delimitados en el tiempo.
- Definir la buyer persona o público objetivo. Saber identificar a quién la empresa desea impactar con la marketing campaign para que la recepción del mensaje sea eficiente.

- Definir la propuesta de valor. En el diseño de la campaña de marketing se debe definir cuál será la ventaja competitiva de ésta frente a las demás marcas y a la competencia que la empresa planea comunicar.
- Propuesta comercial. En este paso se da inicio a la acción, en este punto se define el tipo de promoción o acción comercial que va a potenciar e incentivar las ventas.
- Acciones de la campaña de marketing. Aquí se definen las acciones más tácticas de la campaña. Implican la ejecución de las tareas que son parte de una estrategia y cómo conseguir los objetivos.
- Presupuesto de la campaña. Una vez que se sabe cuáles son las acciones que se van a llevar a cabo, es importante saber cuál es el presupuesto que se debe destinar a cada una de las acciones.
- Fijar los tiempos. También conocido como timing, es el tiempo estimado en el que se debería implementar la campaña, el principio y el fin.
- Métrica, análisis, monitorización y resultados. Este paso es indispensable en el diseño de la campaña de marketing. Revisar, analizar y mejorar son las tres máximas del marketing. Conocer los datos que arroja la campaña permite ver la evolución de ésta y qué se ha conseguido.

4.2.6 Elementos de la Campaña de Marketing

Toda campaña posee una serie de elementos que deben ser bien pensados, planificados y convertidos en objetivos claves. Estos elementos son: La oferta, el texto, el diseño o creatividad, congruencia, coherencia y sentido, la segmentación del mercado. Para que estos elementos funcionen, los creadores de la campaña deben conocer a cabalidad, la empresa, el producto con todas sus bondades y conocer, además, el lenguaje más adecuado para cautivar el target al cual va dirigido.

En la medida en que se haga la campaña se deben ir afinando detalles para que el esfuerzo sea recompensado. Una campaña de marketing implica el conjunto de varios profesionales y eso es una inversión que debe traducirse en ganancias para la empresa.

En la isla de La Tortuga las empresas que esten dispuestas a desarrollar a futuro proyectos enmarcados como emporio turístico, deben conocer estos puntos a fin de lograr crear una campaña que les permita atraer a un gran número de turistas y que estos queden conforme con las ofertas que van a recibir y por sobre todo, destacarse con un nivel de servicio como diferencial que marque un brecha importante respecto a sus competidores.

4.3 Modelos de Negocios para el Desarrollo Estratégico del Ecoturismo

4.3.1. Canvas

Este modelo es una herramienta para crear un negocio. Ahora bien, consta de una serie de pasos que deben ser seguidos en forma muy consciente y responsable, para que el negocio resulte productivo. Carazo J. (2022), expone:

El modelo canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece. (p.1)

Este modelo fue creado por el doctor Alexander Osterwalder, modelo que se basa en la metodología lean-startup que se enfoca en encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor para el cliente mediante el aprendizaje validado. El modelo se explica según el gráfico que se muestra a continuación:

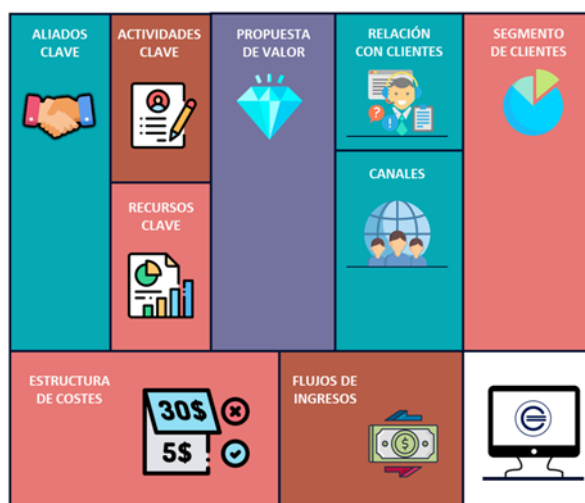


Figura IV-1. Modelo Canvas. Fuente: Carazo J. (2022)

Se inicia por la segmentación del cliente. Se detectan las necesidades del mercado, del cliente. Se debe orientar el producto a las necesidades y deseos del cliente. Se analiza lo que el cliente piensa, siente, ve, escucha, cuáles son sus problemas y los beneficios que el producto puede aportarle.

En segundo lugar, la propuesta de valor, es la pieza clave en todo modelo de negocio. La ventaja competitiva es el motivo por el cual el cliente va a comprar ese producto y no otro. Se puede innovar en diferentes aspectos, como el modelo de ingresos, alianzas empresariales, procesos productivos, entrega del producto, entre otras.

En tercer lugar, es necesario llegar a ellos, para que compren deben conocer a la empresa. Se define la distribución del producto. ¿Con qué canales se puede llegar a los clientes? ¿Qué canales funcionan mejor? ¿Cuáles de estos canales son los más rentables?

Como cuarto momento, la relación con los clientes. Es importante comunicarse acertadamente con los clientes y estar pendientes de ellos. Ellos son el eje central del negocio, por lo que es muy importante definir la relación con los clientes.

En quinto lugar, el flujo de ingresos, para que un negocio sea rentable y se pueda sobrevivir en el mercado, hay que pensar ¿Cómo monetizarlo? ¿De dónde se va a obtener la facturación? Es importante reconocer la línea de ingreso, la forma en que pagarán los clientes y por qué están dispuestos a pagar.

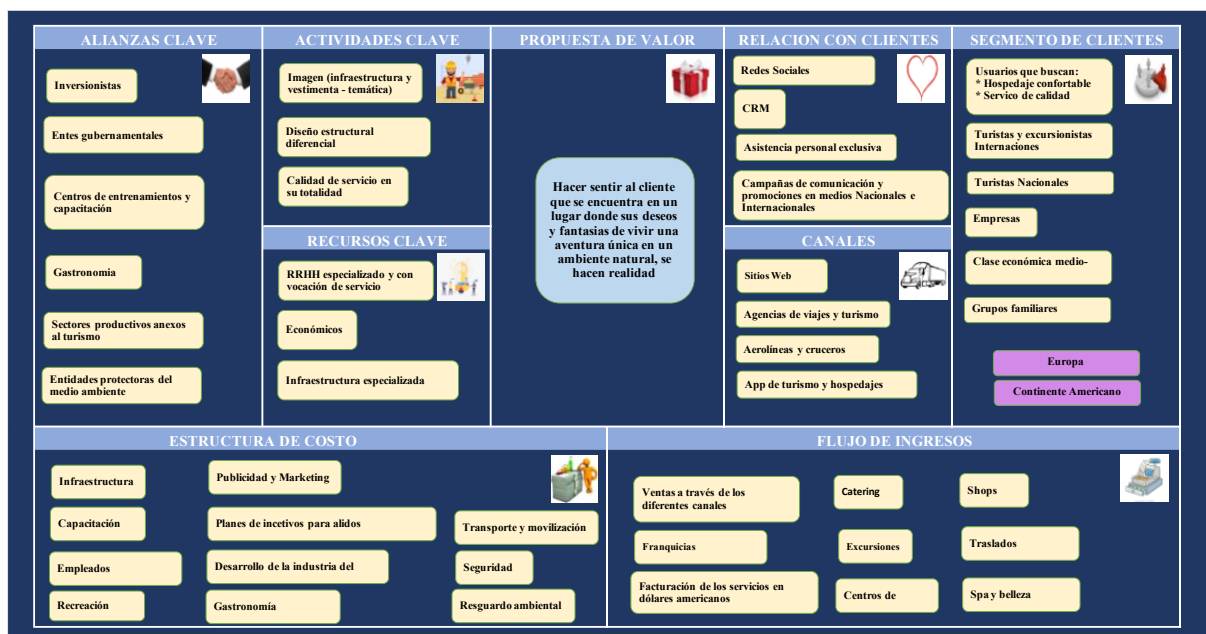
En sexto lugar, los recursos claves. Conocer con cuáles recursos se cuenta y con los que se debe contar para llevar a efecto el negocio. Se debe ser cauto y prudentes a la hora de definir los recursos. Siempre se debe pensar en la forma de optimizarlos, es decir, intentar conseguir la máxima productividad posible al mínimo coste.

En séptimo lugar, se tienen las actividades claves. Se le debe dar respuesta a: ¿Qué actividad básica requiere nuestra propuesta de valor? ¿Cuáles son nuestros canales? ¿Cuáles son nuestras fuentes de ingreso? Cuando se haya respondido a todas estas interrogantes en forma acertada, entonces, las actividades claves ya estarán cubiertas.

Como octavo paso, se tiene los aliados claves. Para concretar un negocio es imprescindible tener aliados. Estos aliados pueden ser: socios/colaboradores: una buena red de partners puede ayudar a llegar más rápido al cliente, a ir avalados por su reputación y experiencia. Los proveedores: aquéllos que proporcionan los recursos clave para poder ofrecer los servicios/producto final.

Finalmente, en el noveno lugar, se encuentra la estructura de costes. Toda infraestructura tiene unos costes que se deben pagar y optimizar. Se deben definir cuáles son las prioridades y gastos fundamentales en el negocio de aquéllos que no lo son tanto. Es necesario por tanto, estar actualizado en el mercado, con sus costes y sus movimientos financieros en la constante búsqueda de no fracasar en el negocio.

Ahora bien, a los efectos de aplicar los pasos antes expuestos, se elabora a continuación un modelo CANVAS que como herramienta para crear un negocio, serviría para un potencial caso real de proyectos aplicables en el futuro en la isla de La Tortuga.



Esquemas y Cuadros IV-1. Canvas “desarrollo del turismo – isla La Tortuga” . Elaboración propia siguiendo el modelo de Carazo J. (2022)

4.3.2 PESTEL

Mercado (2014), define que un análisis PESTEL es un marco o herramienta empleada por los profesionales de marketing para analizar y monitorizar los factores que tienen un impacto en una organización. El resultado servirá para identificar amenazas y debilidades que posteriormente son de utilidad para complementar la matriz de evaluación de factores internos y externos y un análisis de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas (DOFA).

Licari S. (2022), sintetiza mediante el siguiente cuadro, los seis factores que integran el análisis PESTEL.

Análisis PESTEL



Figura IV-2. Análisis PESTEL. Fuente: Licari S. (2022)

Este análisis en palabras de Licari S. (2022), es: “Un método descriptivo, que se usa para conocer el contexto de una organización. Busca profundizar en los elementos que rodean a un negocio, por ejemplo: aspectos económicos, políticos, ambientales, socioculturales, psicológicos o legales”. (p.1)

El PESTEL es un instrumento de planificación estratégica esencial para definir el contexto en el cual se desea desarrollar un proyecto, para el caso que se analiza en el presente trabajo, esta herramienta ofrece información muy valiosa para la identificación de amenazas y oportunidades.

Por otra parte, este análisis permite que los responsables de diseñar un plan estratégico para el desarrollo del turismo en Venezuela, en la zona de la isla de La tortuga, puedan vislucrar posibles comportamientos del mercado de acuerdo a su entorno y como este le impactaría.

Por otra parte, es importante en la actualidad diferenciar entre el análisis PEST y PESTEL. Estos dos análisis son complementarios. Según Licari S. (2022):

El acrónimo PEST desglosa los siguientes elementos:

1. Político.
2. Económico.
3. Social.
4. Tecnológico.

Si se añaden dos elementos más a este análisis, da lugar al análisis PESTEL:

5. Ecológico.
6. Legales.

En la elaboración del análisis se deben contemplar los siguientes elementos:

- 1) Factores políticos: estos elementos provienen de las regulaciones legislativas y otros mecanismos, mediante los cuales el gobierno puede incidir en el negocio. En esta parte del análisis PESTEL puede detectar algunos movimientos o estrategias que se pueden implementar, según la política nacional o local del lugar en que la empresa se encuentre.
- 2) Factores económicos: se debe considerar el entorno macroeconómico que gira alrededor de la industria o sector. Algunos puntos clave a verificar son las políticas monetarias, como la inflación o evolución de precios, tasas de empleo, crecimiento económico del país, producto interno bruto (PIB), regulaciones bancarias, impuestos sobre el sector o industria, disponibilidad de recursos económicos e índice confianza del consumidor.
- 3) Factores socioculturales: es vital conocer el público objetivo. El análisis PESTEL puede brindar más información sobre el mercado en el que se desarrolla la empresa. PESTEL, puede determinar todo lo que el público aceptaría y necesitaría (y lo que no). Como lo explica Licari S (2022): “Los puntos más importantes a analizar son demografía, estilo de vida, hábitos y tendencias de consumo, nivel educativo o de ingresos, nivel cultural, factores religiosos y creencias, y tendencias en el mercado”. (p.10)
- 4) Factores tecnológicos: toda empresa puede beneficiarse de los avances tecnológicos. El análisis PESTEL, ayuda a salir de la zona de confort y ver en todas las innovaciones

aquello que se puede estar desaprovechando. Licari S. (2022), indica: “Algunos avances tecnológicos que se puede considerar son inteligencia artificial, machine learning, impresión en 3D, tecnología Digital Out of Home (DOOH), programmatic, software en la nube, CRM o ERP”. (p.12)

- 5) Factores ecológicos: en 2022, un 65% de los consumidores ha afirmado que desea comprar marcas orientadas hacia la sostenibilidad y, en cuanto a sus acciones un 61% ha reducido el empleo del plástico. Se debe considerar por otra parte, que estos aspectos afectan directa o indirectamente a la empresa. En muchos países están prohibidas las bolsas de plástico, por lo que es indispensable que se busquen alternativas rentables que no afecten el capital.
- 6) Factores legales: Los asuntos legales y jurídicos son un factor muy importante en el análisis en una empresa. Es necesario estar actualizado sobre las leyes y modificaciones que puedan incidir en la empresa. Estos factores, según Licari S. (2022) son: “Derecho de autor, propiedad intelectual, licencias y certificaciones, reglas sanitarias, seguridad laboral y salarios”. (p.12)

A continuación, se extiende el campo de análisis de estos factores que actúan sobre el proyecto de desarrollo de la industria del turismo en Venezuela.

Se utiliza el esquema PESTEL como análisis de identificación de las fuerzas a nivel macroeconómico para identificar las variables externas que permiten estudiar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales.

4.3.2.1 Factores Políticos / Legales

- El Estado venezolano se divide en cinco poderes, el poder Ejecutivo, el poder Legislativo, el poder Judicial, el poder Ciudadano y el poder Electoral, cada una de las divisiones del poder público tiene sus funciones propias, pero todos estos órganos están subordinados a las exigencias del Ejecutivo, por lo cual pierden su independencia.

- Alta incertidumbre y tensiones marcadas para el sistema democrático, que llevan a interrogantes sobre la posibilidad de persistir o de romperse.
- Elecciones Presidenciales previstas para el año 2024 con alto porcentaje de rechazo hacia el presidente actual Nicolas Maduro.
- Crecientes tensiones entre los distintas corrientes dentro del oficialismo.
- Elevada volatilidad política debido a inestabilidad en los lideres del oficialismo.
- Poder político concentrado con gran influencia de la cúpula castrense.
- Apertura de las importaciones a nivel global.
- Vigencia de la ley orgánica de las Zonas Económicas Especiales (LOZEE), promulgada a fines de junio y publicada el 20 de julio en la Gaceta Oficial N° 6.710, la cual promete una apertura económica desafiante e inusual para el mercado venezolano, esta ley aprobado contempla la creación de cinco zonas económicas especiales que impulsen la inversión local y extranjera para consolidar el desarrollo de industrias como manufactura, agricultura, turismo y comercio.
- Históricamente bajo nivel sindical, con lo cual se minimizan los conflictos.
- Gobierno proclive a la firma de convenios de emprendimientos.
- Políticas sanitarias flexibles.
- Ley laboral previsible y con poca carga contributiva lo que permite prever los costos con antelación.

- Debido a la inseguridad jurídica motivada por la inherencia del ejecutivo en los distintos poderes, conlleva a la elaboración de complejos contratos que aseguren el blindaje de las operaciones.

4.3.2.2 Factores Económicos

- Leve incremento en el financiamiento de la banca privada, se puede decir que aún no es suficiente para el apalancamiento de grandes proyectos, sin embargo, es un cambio de rumbo respecto a lo que venía sucediendo en la última década.
- Facturación de productos y servicios en dólares americanos lo cual es permitido por la legislación vigente, este punto es importante, dado que, asegura los niveles de rentabilidad, independiente de las oscilaciones económicas que la moneda local pueda ocasionar.
- Tasas de interés activa muy por debajo de la inflación, lo que ocasiona una restricción en otorgamientos de créditos bajo esas condiciones.
- Salarios de empleados públicos erogados en moneda local (bolívares), este grupo representa la mayor proporción de la fuerza laboral del país.
- Baja carga impositiva con una reducida cantidad de impuestos.
- La zona de la isla de la Tortuga está amparada bajo el régimen de Zona Económica Especial (LOZEE), lo cual tiene como beneficios la reducción y/o exención de la carga impositiva, además de beneficios aduaneros especiales.
- Primera reserva probada de petróleo en el mundo, seguida por Arabia Saudita.
- Se espera un fuerte crecimiento del PIB a futuro, destacando en los últimos años que este tuvo una reducción sobre un 80%, por lo cual tal recuperación es factible. El

fundamento está basado en la gran riqueza petrolera y aurífera del país, junto a un exponencial crecimiento del turismo.

- Al cierre del año 2022 la recuperación de la economía en Venezuela incidió en una reducción de la pobreza crítica, esta se ubicó en 50,5%, a pesar de que las desigualdades de ingresos de las personas siguen ampliándose. Venezuela, con 28 millones de habitantes, enfrentó por años un colapso económico que llevó a aproximadamente 7 millones de personas a abandonar el país. Por la crisis, el número de pobres en 2021 llegó a 65,2%, según la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI) realizada por el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).
- Tasa de desempleo sobre 34%, categorizada como una de las más altas del mundo.
- Limitada capacidad productiva, debido a las sucesivas crisis económicas ocasionadas en parte por inexistentes barreras de protección a la industria nacional, que llevaron al cierre de la plataforma productiva del país.
- Un plan de expropiación llevado a cabo por el expresidente Hugo Chávez, mayoritariamente a empresas de la industria alimenticia y consideradas estratégicas para el plan de gobierno, las cuales no fueron gestionadas eficientemente generando una crisis alimentaria.
- La nómina pública está comprendida por beneficiarios activos (empleados públicos) y pasivos (jubilados y pensionados), siendo la mayor proporción la de esta última. Estos salarios son percibidos en moneda local (bolívares) y no consiguen cubrir las necesidades básicas, dado que, no acompañan la evolución de precios de una economía dolarizada, que da como resultado un salario casi nulo.

4.3.2.3 Factores Socioculturales

- Idiosincrasia con tendencia a la receptividad con el turismo y el extranjero en general.
- Una población servicial, alegre y dispuesta a integrar nuevas formas culturales.
- Pérdida de capital intelectual debido a la fuerte diáspora que se dio durante los años 2015-2018, la cual ha ido disminuyendo por las nuevas condiciones económicas.
- Fuerte dependencia del empleo público sea civil que militar.
- Alta concentración de la fuerza laboral relacionado a la seguridad, tanto interna como externa.
- Falta de preparación en el área del turismo, motivado esto a la histórica dependencia de la renta petrolera.
- Las tareas técnicas y/o de oficio están mejor remuneradas que las profesionales, esto es dado por la falta de puestos de trabajo formal y para profesionales.
- Debilidad en los servicios públicos como agua, luz, gas, lo que ocasiona daños en la calidad de vida de la sociedad.
- Debido a que la economía actual se caracteriza por subdesarrollo y pobreza crítica, el mayor sector es el la clase baja, esta está conformada por campesinos, obreros y trabajadores de la economía informal, destacando que los ingresos de este gran grupo son sumamente bajos, seguidamente, la clase media formada por pequeños empresarios y comerciantes, por profesionales y trabajadores cuyos ingresos son apenas suficientes para cubrir las necesidades básicas, vivir cómodamente pero sin lujos y, por último la clase alta compuesta por altos funcionarios públicos, grandes empresarios, y los dueños de grandes extensiones de tierras en producción, bien sea agrícola o ganadera.

4.3.2.4 Factores Tecnológicos

- Disposición de herramientas de gestión ERP y CRM en las grandes empresas privadas que se encuentran actualmente operativas.
- No dispone de muchos avances tecnológicos, motivado al atraso de los últimos años por el aislamiento generado en las políticas que limitaban la apertura y relación con países desarrollados y proveedores de tecnología.
- Actualmente se encuentra en proceso de reemplazo de todo el sistema de transmisión de datos y comunicaciones por fibra óptica.
- Disposición de tres satélites, "Simón Bolívar", dedicado a las comunicaciones, el "Francisco de Miranda", de observación terrestre, y el "Antonio José de Sucre", utilizado principalmente por Venezuela para la inspección de los recursos de la tierra, la protección del medio ambiente.

4.3.2.5 Factores Ambientales

- La zona de la isla de La Tortuga es un territorio virgen, ideal para la aplicación de políticas ambientales, preserva una riqueza natural única.
- La zona en estudio es el hábitat de cuatro especies diferentes de tortugas en peligro de extinción y punto de descanso de un conjunto de aves migratorias en América; sin embargo, no tiene ninguna protección legal que la distinga como Parque Nacional o Reserva de Biosfera.
- Imperante necesidad de protección ambiental al pertenecer a las Zonas Económicas Especiales, debido a que estas localidades se delimitaron para atraer a los inversionistas y obtener un flujo de divisas para el país, después de que se acumularan ocho años

continuos de caída económica y unos seis años sin acceder a ninguna clase de créditos en el mercado internacional.

- Desde el punto de vista climático existe amenazas como tormentas tropicales, inundaciones repentinas y otros eventos climáticos.

4.3.3 Diagnóstico DOFA

De acuerdo al análisis efectuado mediante bases documentales, que durante el estudio han permitido identificar características relevantes en la investigación, se realiza un diagnóstico cualitativo sobre la situación actual.

Lo siguiente se fundamenta mediante la matriz DOFA:

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Poca dependencia del turismo como fuente de ingresos económicos. 2. Carencia de infraestructuras. 3. Bajo poder adquisitivo de un alto porcentaje de la población. 4. Falta de servicios básicos. 5. Insuficiencia en la información estadística y bases de datos respecto al turismo. 6. Deficiencia en el transporte aéreo, marítimo y terrestre. 7. Ausencia de personal capacitado en el área de turismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proximidad al mercado Americano y Europeo. 2. Nivel del mar ideal para construcción de hospedaje sobre el agua. 3. Lugar deshabitado. 4. Ausencia de complejos turísticos en la zona. 5. Disponibilidad de varios islotes adyacentes. 6. Turismo no desarrollado en el país. 7. Nuevos modelos organizativos.

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación geográfica / Mar caribe. 2. Mar calmo con estabilidad climática. 3. Diversas bellezas naturales. 4. Disponibilidad de aeropuerto. 5. Disponibilidad de planta desalinizadora. 6. Disponibilidad de carreteras y vías de acceso. 7. Clima tropical. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. País con escenarios económicos inestables. 2. Falta de seguridad jurídica. 3. Ausencia de proveedores locales de insumos, la mayoría de los productos son importados. 4. Bajo financiamiento bancario (público y privado). 5. Competencia por su tipología; Brasil, Colombia, Caribe, Pacífico Sur e Índico.

Esquemas y Cuadros IV-2. Diagnóstico DOFA. Elaboración propia siguiendo la matriz presentada por Fred David (1994)

	FORTALEZAS
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación geográfica / Mar caribe. 2. Mar calmo con estabilidad climática. 3. Diversas bellezas naturales. 4. Disponibilidad de aeropuerto. 5. Disponibilidad de planta desalinizadora. 6. Disponibilidad de carreteras y vías de acceso. 7. Clima tropical.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS “FO”
<ol style="list-style-type: none"> 1. Proximidad al mercado Americano y Europeo. 2. Nivel del mar ideal para construcción de hospedaje sobre el agua. 3. Lugar deshabitado. 4. Ausencia de complejos turísticos en la zona. 5. Disponibilidad de varios islotes adyacentes. 6. Turismo no desarrollado en el país. 7. Nuevos modelos organizativos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar un complejo turístico con cabañas sobre el agua, siguiendo una estricta preservación del ecosistema existente. (O2, O4, O5, O6, F1, F2, F7). 2. Diseñar un plan de inversión que contemple la preservación del medio ambiente. (O1, O2, O3, O4, O5, O7, F2, F3, F4, F5, F6, F7)

Esquemas y Cuadros IV-3. Diagnóstico DOFA, estrategia FO. Elaboración propia siguiendo la matriz presentada por Fred David (1994)

	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poca dependencia del turismo como fuente de ingresos económicos. 2. Carencia de infraestructuras. 3. Bajo poder adquisitivo de un alto porcentaje de la población. 4. Falta de servicios básicos. 5. Insuficiencia en la información estadística y bases de datos respecto al turismo. 6. Deficiencia en el transporte aéreo, marítimo y terrestre. 7. Ausencia de personal capacitado en el área de turismo.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS “DO”
<ol style="list-style-type: none"> 1. Proximidad al mercado Americano y Europeo. 2. Nivel del mar ideal para construcción de hospedaje sobre el agua. 3. Lugar deshabitado. 4. Ausencia de complejos turísticos en la zona. 5. Disponibilidad de varios islotes adyacentes. 6. Turismo no desarrollado en el país. 7. Nuevos modelos organizativos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementar procesos que relacionen al estado y a la empresa privada para el desarrollo de la industria del turismo, preservando el medio ambiente. (O2, O4, O6, O7, D1, D2, D4, D5, D6) 2. Emplear centros de capacitación y formación en el área del turismo, prestación de servicios y cuidado del medio ambiente. (O3, O4, O5, O6, O7, D2, D4, D5, D7)

Esquemas y Cuadros IV-4. Diagnóstico DOFA, estrategia DO. Elaboración propia siguiendo la matriz presentada por Fred David (1994)

	FORTALEZAS
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación geográfica / Mar caribe. 2. Mar calmo con estabilidad climática. 3. Diversas bellezas naturales. 4. Disponibilidad de aeropuerto. 5. Disponibilidad de planta desalinizadora. 6. Disponibilidad de carreteras y vías de acceso. 7. Clima tropical.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS “FA”
<ol style="list-style-type: none"> 1. País con escenarios económicos inestables. 2. Falta de seguridad jurídica. 3. Ausencia de proveedores locales de insumos. 4. Bajo financiamiento bancario (público y privado). 5. Competencia por su tipología; Brasil, Colombia, Caribe, Pacífico Sur e Índico. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar acciones entre el Estado y la empresa privada a través de convenios laudados por cortes internaciones. (A2, A3, A4, F4, F5, F6) 2. Fomentar el desarrollo de proveedores especializados en el área de turismo para la ejecución de transporte, catering, gastronomía, shops, actividades culturales y recreación, logística, agencias de viaje, centros de entrenamientos. (A3, A4, F1, F4, F6)

Esquemas y Cuadros IV-5. Diagnóstico DOFA, estrategia FA. Elaboración propia siguiendo la matriz presentada por Fred David (1994)

	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poca dependencia del turismo como fuente de ingresos económicos. 2. Carencia de infraestructuras. 3. Bajo poder adquisitivo de un alto porcentaje de la población. 4. Falta de servicios básicos. 5. Insuficiencia en la información estadística y bases de datos respecto al turismo. 6. Deficiencia en el transporte aéreo, marítimo y terrestre. 7. Ausencia de personal capacitado en el área de turismo.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS “DA”
<ol style="list-style-type: none"> 1. País con escenarios económicos inestables. 2. Falta de seguridad jurídica. 3. Ausencia de proveedores locales de insumos. 4. Bajo financiamiento bancario (público y privados). 5. Competencia por su tipología; Brasil, Colombia, Caribe, Pacífico Sur e Índico. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proponer la formación de un Clúster del sector turismo en Venezuela como oportunidad de negocio, basados en nuevos modelos organizativos y de cooperación intersectorial. (A1, A3, D1, D2, D3, D4, D6, D7) 2. Desarrollar acciones de marketing y comunicación enfocadas en destacar las bondades del turismo en esta zona, independientemente de la imagen política del resto del país, con la finalidad de hacerla atractiva para el turismo internacional. (A5, D1, D3)

Esquemas y Cuadros IV-6. Diagnóstico DOFA, estrategia DA. Elaboración propia siguiendo la matriz presentada por Fred David (1994)

4.3.4 5 Fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter, es otro tipo de análisis que deben o aplican empresas que desean permanecer competitivas en el mundo de los negocios. Estas 5 fuerza ayudan a visualizar cada una de las acciones que tomaron y su proyección en el concepto que ellos definieron al inicio. Se buscan a través de ellas, oportunidades y debilidades, con el objeto de mejorar cada día. Todo está basado en la competitividad, la cual se encuentra en la actualidad amenazada por múltiples factores que se dejan visualizar desde lejos o se mantienen latentes y de eso es necesario prevenirse. Como lo plantea Peiro A. (2022):

Según este modelo, el grado de atractivo de una industria viene determinado por la acción de estas cinco fuerzas competitivas básicas que, en su conjunto, definen la posibilidad de obtención de mayores rentabilidades. En este sentido, el análisis de Porter se puede realizar para cualquier mercado con la idea de mejorar la rentabilidad a largo plazo. Además, permite aumentar la resistencia ante situaciones no previstas. (p.8)

Porter propone que el conjunto sistemático de estas 5 fuerzas empleadas en el análisis de las actividades de una organización, puede mejorar la rentabilidad a largo plazo. Además, permite aumentar la resistencia ante situaciones no previstas. Las 5 fuerzas de Porter son las siguientes, de acuerdo con Peiro A. (2015):

1) **Intensidad de la competencia actual**

Son los competidores que existen en la industria y es determinante para conocer si la rivalidad es alta o baja. Para ello se debe estudiar cada uno de los siguientes puntos:

Número de competidores y equilibrio entre ellos: las industrias concentradas (pocas empresas y mucha participación de mercado) tienen un menor nivel de competencia, frente a aquellas fragmentadas (muchas empresas con una participación de mercado homogénea).

Ritmo de crecimiento de la industria: en la medida que aumenta la expansión de una industria, también lo hace la intensidad de la competencia.

Barreras a la movilidad: son aquellos obstáculos que impiden a las empresas moverse de un segmento a otro, dentro de un mismo mercado.

Diferenciación de productos: en la medida en que una industria se dé un mayor nivel de diferenciación de productos (estrategia de marketing basada en crear una percepción de producto por parte del consumidor que lo diferencie claramente de los demás), la intensidad de la competencia se reduce.

Diversidad de los competidores: cuando los competidores tienen estrategias diferentes, se intensifica el nivel de competencia, pues es más difícil predecir su comportamiento.

2) Competidores potenciales

Hace referencia a las empresas que quieren entrar a competir en una industria. Cuando más atractivo es un sector, más partícipes potenciales habrá. Todo esto depende de los siguientes factores:

Barreras de entrada: se puede definir como aquellos factores que dificultan la entrada de nuevas empresas en la industria.

Diferenciación de producto: las empresas ya establecidas pueden tener patentes o una cartera de clientes. Esto obliga a los nuevos competidores a realizar grandes inversiones para fidelizar a los nuevos compradores.

Otros motivos: pueden observarse situaciones que dificultan la entrada de nuevos competidores. Estos son, por ejemplo, la falta de financiamiento o el difícil acceso a los canales de distribución.

3) Productos sustitutos

Se definen como aquellos bienes o servicios que satisfacen las mismas necesidades. A medida que aparecen más productos sustitutos, el grado de atractivo de la industria empieza a decrecer. La amenaza de la aparición de estos bienes sustitutos depende del grado en que satisfagan las necesidades de los consumidores. Además, influye el precio y los costes de cambiar una mercancía por otra.

4 y 5) Poder de negociación de los proveedores y de los clientes

La fuerza 4 de Porter es el poder de negociación con proveedores y la 5, el poder de negociación con los clientes. Sin embargo, como el análisis de ambas fuerzas es muy similar, muchas veces se estudian de forma conjunta. El poder de negociación es la capacidad de imponer condiciones en las transacciones. Así, a medida que dicho dominio sea mayor por parte de los compradores, el atractivo de la industria disminuye.

4.3.5 Clúster – Fuerzas Evolutivas y Constructivas

Las iniciativas de clúster son esfuerzos organizados que se integran entre sí, involucrando a las empresas privadas, autoridades públicas e instituciones académicas, mediante el cual permite que de la suma de cada uno de estos factores resulte un todo. Como señala Porter (2003), el hecho de que las actividades económicas tienden a crear clúster en localidades particulares, es incentivada por ventajas de eficiencia (costos reducidos, incluyendo costos de transacción), ventajas de flexibilidad (alta circulación de trabajo y otras fuentes) y ventajas de innovación (conocimientos y cooperación).

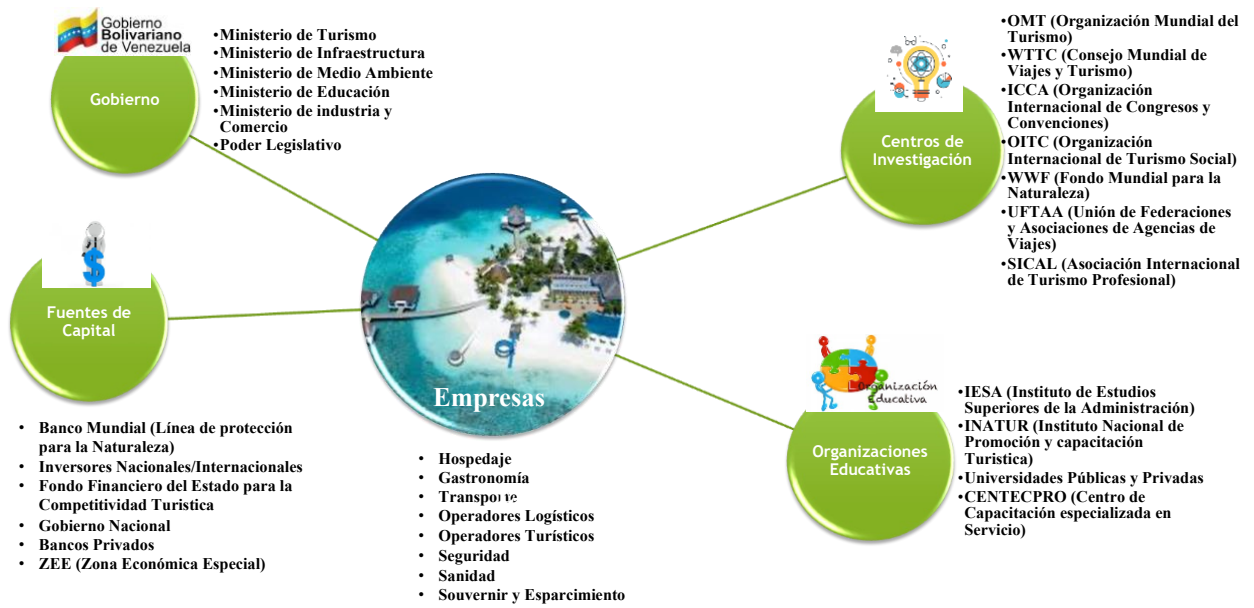
Para identificar los elementos que integran un clúster de turismo es necesario iniciar por el análisis de varias empresas del sector para observar los niveles superiores e inferiores de la cadena vertical de cada una de ellas. La siguiente etapa, consiste en observar de forma horizontal para identificar sectores que se cruzan por canales similares o que producen bienes y servicios en el mismo sector. La etapa que sigue posterior a identificar las empresas que hacen

parte del clúster, sería ver qué instituciones le proporcionan los conocimientos, tecnologías, información, capital e infraestructuras especializadas en el turismo y en qué organismos colectivos están incorporados sus miembros. La etapa final radica en definir los órganos de la administración y otros cuerpos normativos que influyen significativamente en los elementos del clúster turístico.

4.3.5.1 Mapa del Clúster

Los mapas de Clúster se usan para identificar los activos de una región del país para crear las conexiones necesarias entre el sector público y privado, a fin de mejorar el desarrollo económico regional y brindarle visibilidad a nivel bilateral e internacional.

Todos estos elementos de los que carece la isla pero que a futuro se deben considerar para su desarrollo, conformarían el parque económico que va a impulsar el turismo en isla La Tortuga. (ver esquemas y cuadros IV-7) Además de proveer fuentes de trabajo muy importantes para los habitantes de la misma, va a favorecer la economía venezolana, de allí la importancia de incentivar la economía a través de la Zona Económica Especial. Es necesario que se acuerden políticas entre el gobierno y la administración privada, de manera que, sea posible lograr una infraestructura turística que atraiga a las personas y que les proporcione al estilo de los top ten mundiales el confort que se necesita cuando se va de vacaciones.



Esquemas y Cuadros IV-7. Mapa del Clúste modelo. Elaboración propia siguiendo la teoría de Porter (2003)

Mapa actual



Esquemas y Cuadros IV-8. Mapa del Clúster

4.3.6 Cadena de Valor

La cadena de valor es una herramienta de análisis estratégico que ayuda a determinar la ventaja competitiva de la empresa. Surge en 1985, ideada por Michael E. Porter de la Universidad de Harvard, que introdujo el análisis de la cadena de valor. Esta herramienta analiza los grados de integración y panorama industrial, de segmento y geográfico.

Existen tres tipos de cadena de valor: cadena de valor para los servicios, cadena de valor de Mckinsey y cadena de valor de Porter. Es de este modo como Rosas J. (2019), muestra el análisis de la cadena de valor de una empresa:

La cadena de valor establece cuatro aspectos del panorama competitivo:

- 1) **Grado de integración:** se definen todas aquellas actividades que se realizan en la propia empresa y no en otras compañías independientes.
- 2) **Panorama industrial:** es el mercado y los sectores relacionados con la empresa y con los que compite. Se establece una estrategia delimitada con claro objetivo de conseguir los objetivos marcados en primera instancia.
- 3) **Panorama de segmento:** en este caso se hace referencia a las variaciones a las que se puede ver afectado el producto y los compradores de este artículo.
- 4) **El panorama geográfico:** se engloban los países, ciudades o regiones donde compiten la empresa.

La cadena de valor del complejo turístico isla de La Tortuga, debería ir de la mano de la inversión pública y privada. Como Zona Económica Especial el gobierno pondrá todo lo que se requiera para que se incentive aquí el comercio, los paseos, las visitas a las islas aledañas, los restaurantes y la comodidad que todo complejo turístico de necesita.

4.4 Estrategias de Acción para el Ecoturismo en Venezuela

4.4.1 Ordenamiento y Planificación de las Áreas

Todos los países poseen bellezas naturales de gran valor, tanto para los habitantes del país como para los habitantes de otros países, quienes pueden, como turistas visitarlos y disfrutar de todas las bellezas que posee el país al cual visitan. Es importante que los entes gubernamentales encargados de turismo, desarrollen programas que vayan dirigidos a mostrar las bellezas naturales y arquitectónicas para que se sean mostradas a los turistas que desean conocerlas.

El turismo se convirtió en una actividad económica en áreas naturales de todos los países del mundo. Como lo plantean Drumm A. y Moore A. (2002):

Proporciona oportunidades para que los visitantes experimenten las poderosas manifestaciones de la naturaleza y la cultura y aprendan acerca de la importancia de la conservación de la biodiversidad y de las culturas locales. Al mismo tiempo, el ecoturismo genera ingresos para la conservación y beneficios económicos para las comunidades que viven en áreas rurales y remotas. (p.3)

De manera que, con el turismo y el ecoturismo es posible que las personas se involucren totalmente con la naturaleza y reconozcan en ésta sus bondades y belleza, así brotan sentimientos de empatía con la naturaleza de otros países, lo que se manifestará en los mismos sentimientos con la naturaleza de sus países. En este aspecto, Venezuela posee los siguientes ejes-ecoturístico, tomado de guiaviajesvirtual.com (2022):

El eje Ciudad Guayana – Santa Elena de Uairén, presenta la mayor biodiversidad del país, con oferta de recursos naturales que se enriquece con elementos de cultura indígena, la posibilidad de desarrollar durante casi todo el año recorridos aéreos, fluviales y terrestres, ascensos a los tepuyes, trekking, kayaking, observación de aves, visitas a las cascadas, quebradas y ríos, interpretación de la naturaleza y visitas a las comunidades indígenas. Allí se encuentra El Parque Nacional Canaima, localizado al extremo sur oeste de Venezuela, al sur del río Orinoco, con una superficie de 3 millones de Hectáreas, abarca la Laguna de Canaima,

la cuenca del río Carrao, las montañas de Sierra de Lema, La Gran Sabana y el Salto Angel o ParecupáMerú.

Es Eje Nor Oriental Costero, el cual se caracteriza por una diversidad de excelentes playas en áreas semiáridas y selva tropical, junto a una riqueza cultural singular que combina la naturaleza y los deportes acuáticos. Allí se encuentra Caripe, hermosa población de montaña, conocida como el Jardín de Oriente, por la variedad de rosas, orquídeas, aves del paraíso y flores silvestres que se aprecian en las montañas y a orillas de las carreteras. Centro de esparcimiento, artesanía, premios nacionales de pintura, escultura y tallado es sólo uno de los aspectos más relevantes. Aquí se encuentra El Parque Nacional El Guácharo, y el primer Monumento Natural decretado en el país, el Alejandro Humboldt, con grandes formaciones calcáreas.

Otro destino que incluye playa, montaña, sitios históricos, deportes extremos y paleontología, es el Estado Falcón. Visitando el Parque Nacional Médanos de Coro, el Monumento Natural Cerro Santa Ana y el Parque Nacional Juan Crisóstomo Falcón, o Sierra de San Luis, haciendo un recorrido por la Península de Paraguaná, disfrutar del Jardín Botánico Xerófito de Coro, y el yacimiento de fósiles Urumaco, considerado el yacimiento de fósiles más rico de todo el norte de América del Sur.

Para los interesados en la observación de flora y fauna se ofrecen excursiones al Parque Nacional Henry Pittier cuyas características físicas y la diversidad de las zonas de vida crean un marco ecológico excepcionalmente favorable para la reproducción de muchas especies representativas de la fauna autóctona y para algunas especies migratorias de la avifauna y la ictiofauna marina, se ha estimado que de las 8.000 especies de aves conocidas en el mundo y de las 1.250 hasta hoy estudiadas en Venezuela, unas 520 aparecen en el Parque, es decir, un 6,5% de la población mundial y un 41,6% de la venezolana, y por último Parque Nacional Guatopo, caracterizado por dos asociaciones principales: el bosque húmedo tropical y el bosque muy húmedo premontano.

Cabe destacar, de acuerdo con Drumm A. y Moore A. (2002):

Por su valor ecológico, las áreas protegidas, especialmente las que se encuentran en los trópicos y/o en los países menos desarrollados, contienen muchas de las atracciones ecoturísticas más importantes del mundo. Estas atracciones pueden ser una especie de flora o fauna rara o endémica o una combinación de especies, vida silvestre abundante, altos índices de diversidad de especies, formaciones geomorfológicas inusuales o espectaculares, o manifestaciones culturales históricas o contemporáneas únicas en un contexto natural. (p.3)

En este sentido, Venezuela reúne las condiciones de bellezas naturales, por esta razón, se hace necesario fomentar el concepto de ecoturismo e incentivar la práctica del cuidado del medio ambiente.

Asimismo, el ecoturismo necesita sostenerse para lograr los objetivos que se proponen en este aspecto Drumm A. y Moore A. (2002):

Ahora reconocemos que para que el ecoturismo tenga éxito, los conservacionistas necesitan una mejor comprensión de consideraciones de negocios y, del mismo modo, quienes desarrollan estas empresas necesitan tener más conciencia acerca de los mecanismos de manejo necesarios para asegurar la sustentabilidad de la actividad. La combinación de ambas perspectivas es esencial para un programa de ecoturismo exitoso. (p.4)

Es por tanto necesario crear proyectos mediante los cuales se incentive a la empresa privada y a los gobiernos locales para que inviertan en esta nueva forma de negocio, pues el turismo debe verse como una empresa que beneficia grandemente al país y a los locales, quienes deben ser parte de los proyectos estudiando su fauna y su flora y creando atractivos para los turistas locales y foráneos.

4.4.2 Determinación de los Requerimientos de Infraestructura, Planta Turística y Actividades Permitidas

La infraestructura es primordial para que un país atraiga a los turistas. Sin ella, no es posible que alguna persona o grupo de personas tenga interés en visitarlo. De allí que las autoridades locales deban hacer mantenimiento y mejorar la infraestructura ya existente. Para Blanco (2008), citado por Covarrubias (2015), la infraestructura turística la define:

Como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico. Forman parte de la misma los siguientes: Servicios básicos: Agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc. Transportes: Puertos, aeropuertos, autobús, taxi. Caminos: Rutas existentes, estado. Servicios: Comercio, salud, educación, comunicaciones, etc. (p.2)

En definitiva, la estructura turística posee las mismas características que la estructura que cada ciudad posee, la cual es primordial para que la sociedad pueda estar activa y a gusto con su entorno. Sin embargo, la infraestructura turística, de acuerdo con Covarrubias (2015):

Permite el desarrollo turístico, es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera. (p.6)

Mantener la infraestructura turística va de la mano de la gestión de cada gobierno local y de las empresas que deseen que su ciudad se convierta en un lugar turístico. Muchas ciudades poseen atractivos naturales que de igual forma necesitan ser cuidados y protegidos. Asimismo, las plantas donde funcionan centros comerciales, la vialidad, las comunicaciones, los atractivos en precios, comida y arte y espectáculos son elementos que atraen al turista.

Cabe destacar, advierte Covarrubias (2015), citando a la Secretaría de Turismo mexicana (2002): “para que los recursos se conviertan en atracciones turísticas es necesario un cierto grado de desarrollo que los haga atractivos, accesibles y visitables” (p.33). En cuanto a las atracciones, Covarrubias (2015), citando a Gartner, William (1996) menciona que:

Las atracciones tienen el poder de “atraer” visitantes y pueden estimular el crecimiento turístico. Sin atracciones que generen visitas, el potencial de un destino quedará sin explotar. Las atracciones pueden ser muy diferentes y atraerán la atención de segmentos diferentes de la demanda aunque, las condiciones del entorno en que se encuentra, así como el modelo de desarrollo turístico (tipo y densidad de construcciones, etc.), también tendrán una influencia en el atractivo final del destino. (p. 8)

Tanto la infraestructura como las atracciones turísticas, tienen que conjugarse en equilibrio, a fin de que el turismo se desarrolle en todo su esplendor. Los centros comerciales,

los teatros, cines, playas, montañas, infraestructura cultural, son elementos que componen el conjunto de los atractivos turísticos y deben ser prioridad en las regiones que desean que sus localidades sean turísticas. De esta forma Law (1993) citado por Covarrubias (2015), señala que:

Dos factores contribuyen al atractivo de una región turística. Primeramente aparecen el clima, ecología, tradiciones culturales, arquitectura tradicional, y las formaciones de la tierra. Segundo los destinos son el desarrollo introducido específicamente para turistas, como hoteles, transportación, actividades y atractivos. (p. 14)

De esta forma, los proyectos turísticos deben poseer líneas y políticas que los lleven a consolidar estos dos factores. En primer lugar, proteger su ecología y tradiciones culturales, y por otra parte, el desarrollo de la vialidad, la red de hoteles, actividades y demás atractivos fundamentales para que las personas consideren atractivo visitar a ese país que cumpla con todos estos requisitos turísticos.

Así mismo, Covarrubias (2015), propone:

Promover la práctica de actividades recreativas en lugares con cierto atractivo, pero que quizás por si solos no justificarían un viaje. Esta opción puede requerir el desarrollo de pequeñas infraestructuras y medios organizativos (puentes, senderos, pasarelas, muelles, observatorios de pájaros, etc.) que faciliten la práctica de actividades deportivas y recreativas tales como: ciclismo, senderismo, pesca, observación de pájaros. (p.10)

Todo lo que sea un atractivo para las personas es valedero como parte de las atracciones turísticas. Algunas veces, actividades sencillas pueden ser un punto de atractivo para las personas. Lugares con un singular atractivo se pueden convertir en elementos del turismo local. Solo es saber explotar lo que se tiene y crear formas de atractivo para el target que en algún momento los visitará.

4.4.3 Establecimiento de Programas de Monitoreo y Aplicación de Correctivos para los Impactos Negativos

El sistema de monitoreo y de información debe ser establecido con una proyección de largo plazo, dado que servirá para detectar efectos negativos de las actividades turísticas y relacionadas con la biodiversidad y así tomar las medidas preventivas y correctivas necesarias; entre ellos el impacto económico, ambiental y sociocultural.

De acuerdo con lo que explica CEUPE (2022), dentro de los impactos negativos del turismo se pueden destacar los siguientes:

4.4.3.1 Económicos

- Incompatibilidad con otras actividades: presencia en el territorio de otras actividades incompatibilidad con el desarrollo turístico, por la existencia de restricciones en el uso del espacio, por ejemplo, en el caso de los Espacios Naturales Protegidos.
- Inflación: el turismo suele estar acompañado de un proceso de inflación como consecuencia del aumento de la demanda sobre la oferta establecida, lo cual implica el desarrollo de competencias entre diferentes actores que pueden conducir a un aumento de los precios.
- Especulación: es uno de los impactos negativos más comunes, la tendencia a especular en las ofertas y en los precios de los servicios, en especial, durante las temporadas de mayor afluencia de visitantes.
- Estacionalidad laboral: el carácter estacional de la industria turística crea problemas económicos para los destinos que son altamente dependientes del sector, como: inseguridad laboral, y por lo tanto económica, reconocimiento de experiencia, difícil acceso a los seguros sociales, condiciones laborales complicadas.

- Distorsiones de la economía local: como consecuencia de la concentración excesiva en una sola región o zona turística, o bien por la atracción de trabajadores de otros sectores que se ven atraídos por el dinamismo económico de ese territorio debido al turismo.
- Excesiva dependencia de la actividad turística: (monocultivo económico), bien por la sustitución de anteriores actividades, o por la superposición con otras más tradicionales, con lo cual, en momentos coyunturales de crisis los ingresos y los beneficios económicos se pueden ver afectados.

4.4.3.2 Socioculturales

- Resentimiento hacia el turismo rural cuando se establecen “ghettos” en lugares dominados por la pobreza. En los países en vías de desarrollo se pueden observar grandes complejos turísticos rodeados de un cordón de pobreza. Mientras que, en los países europeos, esto no sucede por la presencia de pymes en estas áreas.
- Tensión social debido a la creación de empleos con salarios superiores a la media: los empleos generados en un territorio rural por el turismo pueden constituir un factor de distorsión social, debido al aumento de los ingresos de esos empleados, que les permite disponer de rentas mayores al promedio de la población residente.
- Nueva forma de colonialismo: basada en la dependencia de ingresos turísticos, especialmente si el turismo se convierte en la única forma de obtener ingresos en la comunidad de destino.
- Desculturización del destino y fusión de imágenes estereotipadas: se asumen patrones culturales diferentes a las tradiciones, que pueden degenerar en una serie de imágenes estereotipadas, que no responden a la realidad local.

4.4.3.3 Sobre el Entorno Cultural

- Degradación del entorno: la contaminación, depuración de aguas residuales, gestión de residuos, agotamiento de los recursos, erosión del suelo por impacto de los visitantes, deterioro y destrucción de la fauna y la flora local, son entre muchos otros, los principales efectos negativos del turismo en las áreas rurales. Estos impactos son cuanto más importantes si se trata de áreas naturales y/o protegidas.
- Desarrollo de usos no compatibles con el espacio: el desarrollo del turismo rural supone la puesta en marcha de actividades complementarias al alojamiento, y en ocasiones estas actividades no son respetuosas ni compatibles con el espacio, dado el riesgo que para el medioambiente puede suponer su práctica.
- Desarrollo urbano no integrado en el entorno: existe, aunque cada vez menos, la contaminación arquitectónica y el deterioro del paisaje rural construido.
- Congestión del tráfico – ruido: la congestión del tránsito y el ruido de los vehículos a motor afectan de manera importante a las condiciones de vida de la población local, así como la población turística, esencialmente como consecuencia del incremento del transporte en todo el territorio objetivo.
- Rivalidad por el uso de suelo: la especulación con los precios de la tierra, el acceso a ciertos recursos naturales, los cuales ven elevados sus precios reales por el simple hecho de estar inmersos o bien ser limítrofes a áreas naturales protegidas o de alto valor. Y la lucha de la reordenación de terrenos rurales en urbanizables, motivados por la especulación urbanística.

4.4.4 Determinación de las Responsabilidades de los Actores Regionales y Locales

Cuando se es miembro de una comunidad se tienen diferentes responsabilidades para con la misma. Al ser agentes del gobierno local, su investidura se complementa con diferentes responsabilidades que deben ser cumplidas a cabalidad, de lo contrario, el fracaso es casi

seguro. Respecto al turismo, cada región o localidad tiene un ambiente natural o arquitectónico, además de cultural, que brindar y para ello debe haber proyectos de conservación y sustentabilidad.

En Latinoamérica se formó una obra colectiva para el uso del Turismo Responsable de los Recursos Naturales (RITA). Esta red está compuesta por noventa y tres miembros, entre ellos: España, Brasil, México, Portugal, Chile, Costa Rica, Argentina, Perú, Uruguay y Panamá. Este grupo se nutre de resultados de investigación. Santana A. Rodríguez A., y Díaz P. (2012), explican:

Rita no puede entenderse como un producto acabado, sino un elemento de propulsión para incentivar la participación y avanzar en el objetivo común de mejorar las cotas de sostenibilidad de la actividad turística internacional. La literatura en torno a los efectos generados por las actividades turísticas es muy amplia y diversa. (p.1)

El trabajo va dándose en las diferentes regiones de estos países, los cuales conscientes del valor que tiene el turismo para su países, se dedican a la investigación sobre el mismo. Cada actor local o regional tiene la responsabilidad y el compromiso con el desarrollo humano y la conservación medioambiental. RITA, es un ejemplo de lo que se puede lograr en este sentido. Tal vez con la aparición de la pandemia del Covid19, se hayan detenido las actividades de este grupo. Sin embargo, es necesario activarlo de nuevo, pues está comprobado que el turismo es parte de los ingresos de cada país, y cada país tiene un potencial importante para ser mostrado a los foráneos.

Cabe destacar que es importante considerar a los actores locales, quienes son los interesados sociales que representan a la comunidad para analizar las potencialidades en materia turística y evaluar las estrategias de desarrollo del turismo en la región. Cada agente local debe ser capaz de hacer una investigación de todos los lugares, ya sean naturales, culturas o de otra índole, que se puedan mostrar como un valor local importante. De manera que este valor debe ser protegido y potenciado para que pueda permanecer en el lugar como un símbolo de la belleza de la región.

4.4.5 Formación, Capacitación y Sensibilización de los Actores Regionales y Locales

La formación y capacitación es indispensable en cualquier área de aprendizaje, porque con el estudio es posible conocer en profundidad todo lo que concierne a un determinado tema. En el presente caso, se refiere al Turismo, el cual según Pastor y Espeso (2015):“La principal barrera para que el turismo se convierta en una verdadera herramienta de desarrollo para los pueblos es el desconocimiento general del sector”. (p.173)

Cuando se realiza un proceso de capacitación turística, éste va dirigido a fortalecer a las comunidades y a beneficiarse del desarrollo turístico que puedan ofrecer. Aunque cabe considerar que la capacitación a las comunidades muestra grandes debilidades. Entre las limitantes del desarrollo de la industria turística se encuentran los recursos, conocimiento, habilidades, educación, falta de sentimiento de propiedad con respecto al turismo y el acceso restringido a la toma de decisiones. Como lo plantean Pastor M. y Espeso P. (2015):

Los procesos de capacitación son fundamentales para superar dichas barreras y generar los capitales necesarios en la comunidad para afrontar los retos impuestos por una industria ajena y desconocida, como es el turismo. Para adentrarnos en los procesos de capacitación, es necesario definir previamente qué entendemos por capacidades a nivel comunitario. (p.178)

La capacitación demanda un programa bien elaborado, con objetivos contextualizados con la realidad que se estudia. El ambiente tanto natural como arquitectónico y cultural debe ser reconocido en toda su dimensión. Al conocer el contexto, es posible generar proyectos que permitan que los actores principales se capaciten y se formen en cuanto al turismo se refiere.

La comunidad debe ser informada sobre los valores que posee su región, y esto sólo se hace mediante programas, publicidad, planes, donde ella se involucre en su totalidad y participe del mantenimiento y mejoramiento de este contexto, así que, deben tener claro lo que significa la capacidad comunitaria, la cual es definida por Pastor M. y Espeso P. (2015):

La literatura reconoce como capacidad comunitaria la existencia de recursos y habilidades tanto a nivel individual como grupal, las redes de relaciones, el liderazgo y la existencia de mecanismos de participación para resolver y actuar de

forma colectiva. La capacitación turística debe, además, integrarse en los marcos generales de desarrollo comunitario, con visiones más holísticas y respondiendo a necesidades de formación y estímulo de mayor alcance. (p.180)

Además de todo lo que se propone aquí, es indispensable que haya sentimientos de empatía para que se puedan involucrar con cariño, empeño y responsabilidad en la capacitación y formación de lo que su región pueda brindar a propios y foráneos. Un todo comunitario, de formas holísticas como se propone acá, de seguro dará los frutos y se podría considerar al turismo como una empresa que genera dividendos para la localidad y para el país. Por otro lado, para Manyara y Jones (2007), citados por Pastor M. y Espeso P. (2015): “la capacitación debe tener un enfoque comunitario y sostenible, fomentando los liderazgos, y con un apropiado marco político y legislativo” (p.184)

En el contexto nacional, en Venezuela en la Prensa Ecosocialista (2022), se indicó que los simposios: “demuestran la nueva forma de hacer turismo, que contempla la sustentabilidad, la educación ambiental, así como la elaboración de proyectos con las empresas privadas y públicas junto con el Gobierno Nacional” (p.2). Continúa diciendo que:

Con respecto al turismo sostenible, Alviar señaló que Imparques tiene plenamente en cuenta los impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, en atención a las necesidades de los visitantes, la industria, el ambiente y las comunidades de acogida. (p.5)

Algo muy importante para el turismo sostenible es la realidad que actualmente se vive en casi todos los países del mundo. Porque cada país se ha sensibilizado y debilitado mucho por la pandemia del covid19, lo que ha sido un golpe importante para el turismo, porque el solo hecho de no poder viajar es un impacto realmente duro para esta empresa, que aún necesita mucha fuerza e inversión para consolidarse como una empresa que puede generar múltiples ganancias para las personas.

4.4.6 Promoción y Comercialización de los Servicios

La promoción y comercialización es necesaria a la hora de brindar un servicio. Esta promoción depende del marketing que se haya elaborado para ello. Para studocu.com (2022):

Se llama comercialización al proceso por el cual una empresa u organización genera estrategias de promoción y venta de productos o cualquier tipo de prestación de servicio de manera que puedan alcanzar al consumidor de manera eficaz. Por definición, se trata de una actividad enteramente de naturaleza mercantil. (p.1)

De esta forma, las empresas turísticas deben generar estrategias de promoción y comercialización de sus productos. Ello comprende de manera integral la captación y explotación de materias primas, su tratamiento y elaboración, el transporte y el almacenamiento, los medios de promoción, canales y puntos de venta, y el análisis de rendimiento de estas actividades. Como estrategias de comercialización studocu.com (2022) expone las tareas que emplea una empresa para lograr una estrategia de comercialización efectiva:

- El planteamiento integral de las estrategias de producción, distribución, promoción y venta.
- La ejecución de dichas estrategias.
- El control y relevamiento de los resultados.

4.4.6.1 Estrategias de Comercialización

Existen cuatro estrategias bien definidas, en cuanto a la comercialización de un bien o servicio:

- Relativas al bien o servicio.
- Relativas al precio y a la competencia.
- Relativas a la distribución.
- Relativas a las estrategias de comunicación y promoción.

4.4.6.2 Estrategias de Producto

Son las estrategias que toman como principal factor de la estrategia a las características del producto o servicio. Se incluyen todas aquellas consideraciones sobre la variedad de productos disponibles, diferencias con la competencia, preferencias del consumidos, atributos competitivos.

4.4.6.3 Estrategias de Precios

Toma el precio como factor principal para considerar la inserción de un bien o un servicio en el mercado. Se toman en cuenta los costos variables, fijos, expectativas del consumidor, los costos comerciales, la ganancia esperada. Todas estas determinaciones aportan información sobre el posible rendimiento del bien o servicio en el mercado, lo que permite ejecutar diferentes acciones.

4.4.6.4 Estrategias de Distribución

Son las acciones dirigidas al transporte físico o virtual de los productos y servicios. Tiene como objetivo mejorar el acceso por parte del consumidor utilizando los recursos a disposición de la manera más eficiente posible. Para elaborar estrategias es necesario tener en cuenta si la empresa puede vender directamente a los consumidores, si debe contratar servicios de logística o posee los propios, si existen mercados sin explorar o si pueden mejorar la presencia en puntos de venta o crear los propios.

4.4.6.5 Estrategias de Comunicación

Las estrategias de este tipo están orientadas hacia la producción de una imagen y un mensaje con propósitos concretos. Supone la gestión y coordinación de los recursos disponibles y las acciones a implementar para cada uno de ellos. En estos casos se utilizan campañas publicitarias, anuncios, presentaciones y lanzamientos, promoción de ventas, los recursos informáticos como tiendas de comercio virtuales o aplicaciones de distinto tipo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Un proyecto de turismo y de ecoturismo en los actuales momentos, año 2022, luego de la pandemia de Covid-19 en el año 2020, se convierte en un intento muy complejo y de altos riesgos. Sin embargo, el ser humano es atrevido y valiente, por lo tanto, será posible reactivar el turismo. Es verdad que el ecoturismo es una propuesta que desde hace varios años se plantean muchos países del mundo y ello responde a la necesidad de protección del ecosistema terrestre y de los seres vivos que en ella habitan y de hacer que en los turistas afloren los sentimientos empáticos para con su medio ambiente. Es así como se puede concluir lo siguiente:

- Luego de la pandemia covid-19, la situación del turismo en Venezuela y en otros muchos países se vio impactado en forma negativa. Obviamente, con la pandemia nadie podía trasladarse de un lugar a otro, pues las personas estaban en riesgo de contagio. Esto mermó considerablemente a la empresa turística.
- Como inicio del turismo en la isla de la Tortuga en Venezuela, el gobierno nombra a la zona dentro de las Zonas Especiales Económicas. Estas Zonas Especiales Económicas, cuyo máximo interés gira en torno a convertir a Venezuela en una potencia turística a escala mundial, debido a su condición de país megadiverso y multidestino, elementos necesarios para avanzar junto con la inversión pública, privada e internacional.
- En el Parlamento de Venezuela, se aprobó el Proyecto de la Ley Orgánica de Zonas Económicas Especiales, la misma se diseñó para promover las nuevas inversiones con vistas a la reactivación productiva del país. Es entonces, considerada la isla de La Tortuga como uno de los proyectos más grande e importante hoy por hoy del Caribe. Venezuela considera al sector turístico como una actividad económica prioritaria.
- Entre 2014 y 2015 el ministerio de Turismo de Venezuela anunció una serie de obras en la isla La Tortuga y la Blanquilla que tendrían un enfoque ecológico y que pretenderían atraer el turismo internacional. Incluyendo obras para posadas tipo full day, un aeropuerto, muelle multimodal, restaurantes, enfermería, puntos de información,

planta de energía y centro de procesamiento de residuos e instalaciones para servicios diversos.

- Inyección de recursos por parte del gobierno venezolano con el objetivo de hacer un emporio turístico para todos los visitantes de la región.
- Bellezas naturales únicas que pueden ser perfectamente explotadas en un proyecto de turismo ecológico. Este proyecto se desarrollará teniendo en cuenta al medio ambiente, respetando las normas y reglamentos a través del marco del Ministerio de Ecosocialismo, puntualizó Silva, quien señaló que se ejecutará al borde de la isla, precisamente, respetando la fauna y flora de La Tortuga.
- Proyectos de formación y educación tanto para responsables locales, como visitantes foráneos, sobre el ecoturismo. Un personal que sea conocedor de todo lo que puede afectar a esta isla, la creación de un puerto, de edificios que demanden la necesidad de personas que deben permanecer en el lugar, lo que traerá como consecuencia la generación de basura, el cómo se manejará esto es muy importante para el turismo que allí se quiere establecer. Se planea en la isla de La Tortuga, realizar una infraestructura respetando al ambiente. Lo que es muy importante para el desarrollo del turismo en la zona.
- Creer en el turismo como fuente de ingresos, éste debe ser a partir de un estudio minucioso de la zona. Según el biólogo de la Fundación Tierra Viva, Luy González, dice: “la propuesta es un salto a un turismo masivo que intervendría en las orillas de playa independientemente del criterio ambiental que se aplique”. Es muy importante, por lo tanto, hacer un estudio minucioso de la flora y la fauna de la isla, su ecosistema debe ser protegido ante cualquier propuesta de turismo. Trabajar en función de que la Zona Económica Especial tiene potencialidades, que de ser explotadas en toda su dimensión va a fortalecer el ecoturismo en la zona, siempre y cuando se demuestre el respeto al ecosistema de la zona.
- Elaboración de proyectos basados en modelos de negocios para convertir al turismo en una empresa nacional próspera. Es conocido por todos los Estados del mundo que el

turismo es la empresa con mayor proyección, donde todo es ganancia. Además de ser una responsabilidad de todos, por esta razón es muy importante trabajar en función de ello. La formación y educación respecto a turismo y sobre todo la conservación del ambiente es de vital importancia.

- Aprovechar la situación geográfica de Venezuela, lo cual es altamente beneficiosa para el transporte sobre todo los vuelos y los cruceros. Captar empresas que sepan aprovechar los beneficios fiscales otorgados a través de la legislación de la Zona Especial Económica y que mediante esos beneficios generen negocios para el desarrollo económico del sector. Revisar los modelos de negocio y aplicar aquel que consideren puede fortalecer la zona como parte de turismo en Venezuela.

RECOMENDACIONES

El análisis es enfocado en las posibilidades de su desarrollo de acuerdo a las condiciones generales del país, al potencial estratégico de ubicación y a las ventajas que representa.

Las recomendaciones diseñadas por la investigadora tienen como propósito presentar un aporte a proyectos futuros que pudieran ejecutarse en la zona de la isla de La Tortuga y sus adyacencias, a través de la integración e inversión entre el estado venezolano y la empresa privada, tanto nacional como internacional, dando prioridad a la preservación del medio ambiente.

Justificación de las recomendaciones

En base al análisis y la interpretación de perspectivas teóricas, se ha evidenciado que el diseño de lineamientos estratégicos para el desarrollo de la industria del turismo en Venezuela es necesario, con el fin de considerar las distintas herramientas que se proponen para su desarrollo.

Las recomendaciones proporcionarán un instrumento de vital importancia para la planificación, organización, dirección y ejecución de futuros proyectos turísticos en la isla de La Tortuga, de este modo se materializarían los proyectos deseados por el Estado venezolano que junto con la inversión privada aportarían en un todo al desarrollo de la industria del turismo en Venezuela.

Las recomendaciones que se sugieren a continuación, se fundamentan en lo investigado a lo largo del presente trabajo, igualmente de los resultados obtenidos sobre la matriz DOFA. A continuación se exponen estos resultados como lineamientos estratégicos:

- Desarrollar un complejo turístico con cabañas sobre el agua, siguiendo una estricta preservación del ecosistema existente, similares a los mundialmente famosos resorts en Maldivas y Seychelles (Océano Índico) y Bora Bora (Pacífico Sur).
- Diseñar un plan de inversión que contemple la preservación del medio ambiente, al estilo del desarrollo de Nueva Caledonia (Melanesia-Oceanía) que de hecho, es el país que tiene más áreas protegidas del todo el mundo.
- Implementar procesos que relacionen al estado y a la empresa privada para el desarrollo de la industria del turismo, preservando el medio ambiente. Es muy importante que se logre una sinergia que fortalezca las acciones y que integre a todos los actores.
- Emplear centros de capacitación y formación en el área del turismo, prestación de servicios y cuidado del medio ambiente, sin duda, la adquisición de conocimientos en la materia es de vital importancia para ofrecer un servicio de primer nivel y a la vez tener la preparación adecuada para la resolución de problemas.
- Coordinar acciones entre el Estado y la empresa privada a través de convenios laudados por cortes internaciones, de esta manera, se asegura al inversor con un respaldo internacional sobre la garantía de sus derechos, antes tribunales neutrales.

- Fomentar el desarrollo de proveedores especializados en el área de turismo para la ejecución de transporte, catering, gastronomía, shops, actividades culturales y recreación, agencias de viaje, centros de entrenamientos.
- Proponer la formación de un clúster del sector turismo en Venezuela como oportunidad de negocio, basados en nuevos modelos organizativos y de cooperación intersectorial. Este modelo sería lo ideal para aglutinar todos los sectores involucrados, a su vez, de este modo se puedan desarrollar acciones dirigidas al mismo objetivo, como valor agregado, se logra hacer una economía de escala que conlleva a una mejor competitividad, tanto interna como externa.
- Desarrollar acciones de marketing y comunicación enfocadas en destacar las bondades del turismo en esta zona, independientemente de la imagen política del resto del país, con la finalidad de hacerla atractiva para el turismo internacional.

Es importante destacar que se deberá promover a través de los órganos oficiales pertinentes, la promulgación de leyes que protejan al medio ambiente antes de cualquier acción en concreto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1Library. (2008). *Los ciclos económicos y su relación con el turismo*. Disponible en: <https://1library.co/article/ciclos-econ%C3%B3micos-relaci%C3%B3n-turismo.q0p7mlxz>[Consultado en: 2022. Noviembre 22].

Acceso a la Justicia. *El observatorio venezolano a la justicia*. Disponible en: <https://accesoalajusticia.org/glossary/vacaciones/> / [Consultado en: 2022. Noviembre 23].

Arias, F. (2012). *Proyecto de Investigación*. 3era Edición. Editorial Epísteme. Caracas, Venezuela.

Azpeitia, M. (2013). *Métodos y Técnicas de Investigación Social*. Madrid: Editorial Síntesis.

Barroso, M. y Flores D. (2006). *La Competitividad Internacional de los Destinos Turísticos: del Enfoque Macroeconómico al Enfoque Estratégico*. Cuadernos de Turismo, nº 17.

Boullón, R. (2003). *Planificación del espacio Turístico*. 3ra.ed. Editorial Trillas.

Bryman, A. (2004). *Métodos Cualitativos para la Investigación en Ciencias Sociales*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Camacaro, A. (2014). *Turismo práctico*. Primera Edición. Editorial Biosfera

Cámara de integración económica venezolano colombiana. CAVECOL. Disponible: <https://www.cavecol.org/sector-del-turismo-venezolano-trabaja-para-seguir-creciendo-en-2022/>[Consultado en: 2022. Noviembre 15].

Carazo, J. (2022). *Modelo Canvas*. Disponible: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>/[Consultado en: 2022. Noviembre 15].

CEUPE. (2022): Impactos negativos del turismo. Disponible en: <https://www.ceupe.com/blog/impactos-negativos-del-turismo.html>/[Consultado en: 2022. Noviembre 15].

Código Ético Mundial para el Turismo adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT. (Santiago de Chile, 27 de diciembre-1 de octubre de 1999) Disponible en <http://www.poraqui.net/documentos-turismo/Codigo-EticoMundial-Turismo-OMT.pdf>

Coll F. (2022). El sector turístico es una auténtica fortaleza. Disponible en: https://www.hosteltur.com/comunidad/005221_con-datos-o-sin-ellos-el-sector-turist. [Consultado en: 2022. Noviembre 23].

Comunicare. es. (2022). *Campaña de Marketing*. Disponible en: <https://www.comunicare.es/campanas-de-marketing/>[Consultado en: 2022. Noviembre 26].

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 5433, marzo 3, 2000.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Publicada en Gaceta Oficial N° 36.860 Caracas, diciembre 30.

Contreras, J. Guarata N. (2013). *Inflación y variación de precios relativos en Venezuela*. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1956/195636962005.pdf>. [Consultado en: 2022. Noviembre 23].

Contreras, M. (2018). *Desarrollo Ecoturístico isla La Tortuga presenta un 90% de avance*. Disponible en línea: [Desarrollo Ecoturístico isla La Tortuga presenta un 90 % de avance - MippCI \(minci.gob.ve\)](https://www.minci.gob.ve/). [Ficha resumen] [Consulta: 2022, Noviembre 15].

Covarrubias (2015). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. Disponible en: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/infraestructura-turistica.htm>[Consultado en: 2022. Noviembre 26].

Diariolaverdadweb@gmail.com <https://www.google.com/search?q=diariolaverdadweb%40gmail.com-&oq=diariolaverdadweb%40gmail.com>[Consultado en: 2022. Noviembre 15].

Drumm A. y Moore A. (2002): Desarrollo del Ecoturismo Un manual para los profesionales de la conservación disponible en. <http://www.bionica.info/Biblioteca/Drumm2002DesarrolloDelEcoturismo.pdf>[Consultado en: 2022. Noviembre 28].

Dzul, M. (2013). *Diseño No – Experimental*. Sistema de Universidad Virtual (SUV).

EcuRed.cu. enfoque sociológico y psicológico de la demanda turística. Disponible en: https://www.ecured.cu/Enfoques_sociol%C3%B3gico_y_psicol%C3%B3gico_de_la_demanda_turistica. Consultado en: 2022. Noviembre 28].

El Dinero (2021). *La renta per cápita de Venezuela retrocedió a mínimos de 70 años en 2020*. Disponible en: <https://eldinero.com.do/135848/la-renta-per-capita-de-venezuela-retrocedio-a-minimos-de-> [Consultado en: 2022. Noviembre 13].

El Nacionalista. El diario de Guárico. *Luís Vicente León: la devaluación seguirá siendo un problema en el 2022*. Disponible en: <https://diarioelnacionalista.com/economia/luis-vicente-leon-la-devaluacion-seguira-siendo-un-problema-en-el-2022/>[Consultado en: 2022. Noviembre 13].

Elías, S., y Tuma, C. (2009). *Turismo y teoría de Clúster, las potencialidades de la localidad de monte hermoso. Aportes y Transferencias*, vol. 13, núm. 1, 2009, pp. 67-92 Universidad Nacional de Mar del Plata. Disponible: <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=27621944004>

Entorno Turístico Staff (2018). *Demanda Turística y su Clasificación*. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/la-demanda-turistica-clasificacion/#:~:>

Facultad de Comunicación, Diseño Gráfico – Industrial (2016). *Principales características de los turistas*. Disponible en: <https://1library.co/article/principales-caracter%C3%ADsticas-de-los-turistas.zx5kemjv>. [Consultado en: 2022. Noviembre 6].

Francés, A. (2003). *Turismo: Competitividad y estrategia*. Ediciones IESA.

Franklin, E. (2008). *Organización de Empresas*. Editorial Mcgraw Hill.

Fred, D. (2010). *Conceptos de Administración Estratégica*. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.

Global Exchange (2021). Orígenes de la historia de la moneda Venezolana. Disponible en: <https://www.globalexchange.es/monedas-del-mundo/bolivar-fuerte-v>. [Consultado en: 2022. Noviembre 13].

Gobierno Bolivariano de Venezuela (2018). *Desarrollo ecoturístico Isla de La Tortuga, presenta un 90% de avance*. Disponible en: <http://www.minci.gob.ve/desarrollo-ecoturistico- isla-la-tortuga-presenta-un-90-de-avance/> [Consultado en: 2022. Noviembre 6].

González, L. (2021). “Tenemos en el turismo la potencialidad” para recuperar la economía de Venezuela. Disponible en línea: [Ficha resumen] [Consulta: 2022, Noviembre 15].

Guía Viajes Virtual.com. Venezuela. Disponible en: https://guiaviajesvirtual.com/index_venezuela.php?recharge=ecologico [Consultado en: 2022. Noviembre 28].

Guillén, I. (2005). *Venezuela, Sus Posibilidades Y Alternativas Turísticas En El Contexto Del Desarrollo Sustentable*. X Encuentro de Geógrafos da América Latina – 20 a 26 de marzo de 2005 – Universidad de São Paulo. <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal10/Geografiasocioeconomica/Geografiaturisticas/12.pdf>

Hernández, A. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Hispano Europea.

Hernández, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Hispano Europea.

Kerlinger, F. (2010). *Diseños No Experimentales de Investigación*. México: McGraw-Hill.

Licari, S. (2022). *Análisis PESTEL: qué es, cómo se hace y ejemplos útiles*. Disponible en: <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-analisis-pestel>[Consultado en: 2022. Noviembre 25].

López Carrillo, Oscar (2011) *Metodología e Investigación. De enfoques y construcciones empíricas*, Ed. Universidad de Guadalajara.

López M., Serrano A., Gómez R. (2007). *Gestión de calidad y turismo: revisión e implicaciones para futuras investigaciones*. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/28203709_Gestion_de_calidad_y_turismo_revisi on_e_implicaciones_para_futuras_investigaciones](https://www.researchgate.net/publication/28203709_Gestion_de_calidad_y_turismo_revisi_on_e_implicaciones_para_futuras_investigaciones)[Consultado en: 2022. Noviembre 29].

Lugares Turísticos de Venezuela. <https://www.soloenvenezuela.net/entretenimiento/lugares-turisticos-de-venezuela/#:~:>[Consultado en: 2022. Noviembre 6].

Lugares Turísticos de Venezuela. <https://www.soloenvenezuela.net/entretenimiento/lugares-turisticos-de-venezuela/#:~:>[Consultado en: 2022. Noviembre 6].

Luzardo, M. (2014). *Potencialidades y estrategias para la puesta en valor turístico del frente de agua y casco histórico de los puertos de Altagracia (Venezuela)*. Tesis Doctoral en línea, Universidad de Malaga. Disponible: https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/.../TDR_LUZARDO_PADRON.pdf?

Maduro, N. (2021). *Maduro anuncia desarrollo turístico para la Isla La Tortuga*. Disponible en línea: [Isla La Tortuga: Maduro anuncia proyecto turístico \(infodehoy.news\)](#). [Consultado en: 2022. Noviembre 16].

Maggiolo, I. y Perozo, J. (2007). *Políticas públicas: proceso de concertación Estado-Sociedad*. Revista Venezolana de Gerencia, vol. 12, n. 39, pp. 373-392. Maracaibo, Venezuela. Disponible: http://www.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-9842007000300004&lng=es&nrm=iso

Martins, F. (2010). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Ediciones CO-BO.

Mendelovici, T., Berman, A. & McArthur, S. (2001). *Reporte Final I Congreso de la Comercialización del Ecoturismo en Venezuela*. Venezuela: Fondo Nacional de Promoción y Capacitación Turística.

Méndez, C. (1992). *Metodología de la Investigación*. Editorial Alphaeditorial.

Nicolau, J. (s/f). *El precio de los productos turísticos*. Disponible en: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/8/Tema%208.pdf> [Consultado en: 2022. Noviembre 23].

Organización Mundial del Turismo (2022). *El turismo crece un 4% en 2021, muy por debajo aún de los niveles prepandémicos*. <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-crece-un-4-en-2021-muy-por-debajo-aun-de-los-niveles-prepandemicos>

Pacheco, L. (2020). *Metodología de la Investigación*. México: Industria Editorial Mexicana.

Pastor M. y Espeso P. (2015). *Capacitación turística en comunidades indígenas. Un caso de Investigación Acción Participativa (IAP)*. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193440418012.pdf> Consultado en: 2022. Noviembre 29].

Peiro A. (2015). 5 fuerzas de Porter. Disponible en: [Economipedia.comhttps://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html](https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html)[Consultado en: 2022. Noviembre 27].

Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Vergara, Buenos Aires.

Prensa Ecosocialista (2022). <http://www.minec.gob.ve/nueva-forma-de-hacer-turismo-contempla-la-educacion-ambiental-y-sustentabilidad/>[Consultado en: 2022. Noviembre 29].

Rhodes, A. (s/f). *Definiendo Ecoturismo*. Disponible en: <https://www.ecoturismoenandalucia.org/>. [Consultado en: 2022. Noviembre 6].

Rosas J. (2019). *Cadena de Valor*. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html> [Consultado en: 2022. Noviembre 12].

Sánchez, J. (2020). *Turismo en Venezuela, precios dolarizados y especulación*. Disponible en: <https://tudivisahoy.com/el-turismo-interno-en-venezuela-precios-dolarizados-y-especulacion/>[Consultado en: 2022. Noviembre 21].

Sánchez, M. y Marín, M.B. (2003). *La investigación en turismo y economía de la empresa publicada en revistas especializadas españolas: 1996-2001, Papers de Turisme, nº 33*. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=786675>

Sancho, A. (2011). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Santana A. Rodríguez A., y Díaz P. (2012). *Responsabilidad y turismo*. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/233882467_Responsabilidad_y_Turismo. [Consultado en: 2022. Noviembre 28].

Solórzano, N. (2012). *Gerencia estratégica para la optimización de los servicios turísticos en el Fondo de Turismo del Estado Apure*. Tesis de Maestría de la Universidad Nacional Politécnica de las Fuerzas Armadas (UNEFA)

Stoner, G. (2007). *Administración*. 5ta Edición. Editorial Hispanoamericana S.A. México. Dto Federal.

Studocu.com. Comercialización. Disponible en: <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-tecnologica-del-peru/estrategias-de-marketing/comercializacion-y-las-4-p-de-marketing/40078371> [Consultado en: 2022. Noviembre 29].

Sucre, A. (2022). *Las Zonas Económicas Especiales*. Disponible en: <https://www.eluniversal.com/el-universal/133010/las-zonas-economicas-es>. [Consultado en: 2022. Noviembre 6].

Tamayo y Tamayo (2000). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa.

Terry, G. (2008). *Principios de Administración*. Compañía Editorial Continental SA. México-Dto Federal.

TIES (2016). *Sociedad Internacional de Ecoturismo*. Documento en línea: disponible en: <http://www.ecotourism.org/ties-ecoturismespa%C3%B1ol>

Trejo, J. y Marcano, N. (2016). *Ecoturismo y Geoturismo: alternativas estratégicas para la promoción del turismo ambiental sustentable venezolano*. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Revista de Investigación N° 88 Vol. 40 Mayo-Agosto, 2016

Ultimas Noticias (2021). *Maduro anuncia proyecto turístico poderoso» para la Isla de La Tortuga*. [en línea], 16 de Diciembre de 2021 <<https://ultimasnoticias.com.ve/noticias/general/maduro-anuncia-proyecto-turistico-poderoso-para-la-isla-de-la-tortuga>> [Consultado el 26 de enero de 2022].

Universitat Carlemany (s/f). *¿Qué son los riesgos ambientales? Principales ejemplos.* Disponible en: <https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/que-son-los-riesgos-ambientales-principales-ejemplos>[Consultado en: 2022. Noviembre 6].

Voz de América (2022). *¿Existe turismo, todavía en Venezuela?.* Disponible en: <https://aldiamedia.com/actualidad/en-venezuela-todavia-hay-turismo>. [Consultado en: 2022. Noviembre 13].