



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
FACULTAD DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE DOCTORADO EN INVESTIGACIÓN CON MENCIÓN EN CIENCIAS
SOCIALES

TESIS DOCTORAL

TITULO:

**TURISMO RURAL COMUNITARIO: “HACÍA UNA NUEVA ESTRATEGIA DE
DESARROLLO LOCAL EN EL DISTRITO DE RENACIMIENTO, PROVINCIA DE
CHIRIQUÍ, REPÚBLICA DE PANAMÁ”**

Presentado por:

Mtra. ELIET RODRÍGUEZ FRANCO

Directora Tutora:

Dra. ROSA MORA

DAVID, 2022

TRIBUNAL EVALUADOR

Firma
Prof.

Firma
Prof.

Firma
Prof.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis doctoral a Dios todopoderoso, por la fortaleza que me ha dado a lo largo de estos años, lo que me ha permitido mantenerme en pie y no desmayar ante las adversidades encontradas en la dura faena de culminación de este trabajo.

A mi padre Casimiro Rodríguez Jiménez (q.e.p.d) por inculcarme con su ejemplo el trabajo duro, por enseñarme a amar a Dios y porque estoy segura de que hasta el cielo le llenaré de orgullo e inmensa felicidad.

A mi madre Estelvina Franco Vásquez por sus cuidados y dedicación permanente, a mis 3 hermanos y a mis 6 hermanas por su comprensión y ser las mejores amigas, a mis sobrinos y sobrinas, que este logro sea la inspiración de llegar tan lejos como se propongan.

A mi querido esposo Quintín Pittí quién es mi compañero de batallas y, de forma muy especial a la pequeña Eliet, que es el motor de mi vida y el motivo suficiente para continuar superándome y dando lo mejor de mí día a día.

AGRADECIMIENTO

Esta tesis doctoral en el cual se conjugan ansiedades, temores, sacrificios e impotencia, es el resultado de varios años de arduo trabajo en el que he conocido y compartido con personas que han hecho más llevadera mi faena investigativa por lo que quiero manifestarles mi más sincero agradecimiento ya que, sin ellos no hubiese sido posible alcanzar este sueño.

En primer lugar, a mi tutora Dra. Rosa Mora por la aportación de ideas, orientaciones, consejos, comprensión y paciencia en los momentos más duros de esta labor, por estar ahí siempre y permitirme aprender de su experiencia.

Seguidamente a mis profesores por su interés en impartir conocimientos desde cada una de sus disciplinas puesto que en este quehacer a través del tiempo se convirtieron en lámpara en el camino hacia la meta.

Finalmente, pero muy importante y especialmente a los ciudadanos de mi querido distrito que fueron parte de la muestra en la investigación empírica, que me brindaron su tiempo para responder a la encuesta gracias por su colaboración desinteresada.

A todas aquellas personas que Dios puso en mi camino y que de una u otra forma contribuyeron a lograr mis objetivos infinitamente Gracias.

RESUMEN

Esta tesis doctoral propone un plan estratégico de desarrollo local, bajo modalidad de “turismo rural comunitario”, que le permita al distrito de Renacimiento, desarrollarse turísticamente, aprovechando sus vastos y valiosos recursos naturales, culturales, y humanos; ya que, hasta ahora, la economía del distrito se ha estado manejando, de forma precaria, mayoritariamente por actividades agropecuarias, como típica zona rural. Para alcanzar este objetivo, se realiza labor de observación directa en campo para diagnosticar el área, se utiliza un enfoque cualitativo, porque se obtiene información teórica que permite recopilar y analizar datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias vividas en dichas observaciones en campo; y un enfoque cuantitativo, por realizar una encuesta que permite obtener información numérica como resultado de la opinión del ciudadano renacentista constituyéndose así en una investigación mixta. Los resultados obtenidos por las diferentes técnicas e instrumentos de recolección de datos dan cuenta de que en Renacimiento ya existe una incipiente actividad turística, sobre todo ofrecida por las denominadas fincas agroturísticas; y de que su población tiene la voluntad de ser actor directo como anfitrión del turismo receptivo. Pero para ello, hay que capacitar líderes comunitarios y concienciar a la población en general en cuanto a turismo y cultura de servicio, señalando al Municipio de Renacimiento como responsable principal para estas gestiones. Es por eso por lo que se propone un plan estratégico turístico, consistente en 10 programas básicos, que, bajo la administración del municipio, pero en armonía con la empresa privada de la zona, los actuales oferentes turísticos, y su propia gente, logren desarrollar una actividad turística debidamente planificada, en un horizonte de cinco años, que sirva como plataforma y a partir de allí, sentar bases del desarrollo turístico sostenible del distrito de Renacimiento.

Palabras clave: distrito de Renacimiento, turismo rural, estrategia, comunidad, agroturismo.

ABSTRACT

This doctoral thesis proposes a strategic plan for local development, under the modality of "community rural tourism", which allows the Renacimiento District to develop touristically, taking advantage of its vast and valuable natural, cultural, and human resources; since, until now, the economy of the district has been managed, in a precarious way, mainly by agricultural activities, as a typical rural region. To achieve this objective, direct observation work is carried out in the field to diagnose the area, a qualitative approach is used, because theoretical information is obtained that allows non-numerical data to be collected and analyzed to understand concepts, opinions or experiences lived in said observations in the field; and a quantitative approach, by carrying out a survey that allows obtaining numerical information as a result of the opinion of the Renacimiento citizen, thus constituting a mixed investigation. The results obtained by the different data collection techniques and instruments show that in Renacimiento there is already an incipient tourist activity, especially offered by the so-called agrotourism farms; and its population has the will to be a direct actor as a host in a receptive tourism. But for this, it is necessary to train community leaders and raise awareness among the population in general regarding tourism and service culture, pointing to the Renacimiento Municipality as the main entity responsible for these efforts. That is why a strategic tourism plan is proposed, consisting of 10 basic programs, which, under the administration of the Municipality, but in harmony with the private sector in the region, the current tourism providers, and their people, manage to develop a duly planned tourist activity, in a five years horizon, that allows to be a platform, and from there, to lay the foundations for the sustainable tourist development of the Renacimiento District.

Keywords: Renacimiento District, rural tourism, strategy, community, agrotourism.

ÍNDICE DE CONTENIDO

TRIBUNAL EVALUADOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN	v
ÍNDICE DE GRÁFICAS	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO 1 - ASPECTOS GENERALES.....	1
1.1. FUNDAMENTACIÓN	2
1.1.1. Antecedentes del sujeto y escenario objetivo	3
1.1.1.1. Reseña Histórica.....	4
1.1.1.2. Características geográficas generales	6
1.1.1.3. Actividades económicas	8
1.1.1.4. Clima	9
1.1.1.5. Relieve.....	9
1.1.1.6. Riesgos ambientales	10
1.1.1.8. Población.....	10
1.1.1.9. Educación	11
1.1.1.10. Salud	12
1.1.1.11. Pobreza General y Extrema	12

1.1.1.12. Grupos organizados	13
1.1.1.13. Seguridad Ciudadana.....	14
1.1.1.14. Infraestructuras	14
1.1.1.15. Gobierno Local	16
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.4.1. Objetivo general.....	21
1.4.2. Objetivos específicos	21
1.5. Alcance, proyección y limitaciones.....	22
CAPÍTULO 2 - MARCO TEÓRICO	23
2.1. EL TURISMO RURAL A NIVEL MUNDIAL.....	24
2.2. TURISMO RURAL COMUNITARIO	31
2.3. GLOBALIZACIÓN Y NUEVA RURALIDAD	40
2.4. DESARROLLO LOCAL	43
2.4.1. Conceptos y definiciones	43
2.4.2. Diferentes versiones de desarrollo local	45
2.4.3. Contribución del Turismo al Desarrollo Local	50
2.4.4. Ley de Descentralización a favor de los Municipios	53
2.5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	54
2.5.1. Definición.....	55
2.5.2. Beneficios del Planeamiento Estratégico.....	56
2.5.3. Directrices para un Planeamiento Estratégico eficaz	56

2.5.4. Modelo de Planeamiento estratégico	57
2.6. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	58
2.6.1. Concepto de Planificación Estratégica.....	58
2.6.2. La Planificación Estratégica como Eje de Desarrollo Turístico Rural	59
2.6.2.1. Propósito de la Planificación Estratégica	60
2.6.2.2. Etapas de la Planificación Estratégica	60
2.6.2.3. Metodología para la planificación estratégica	60
2.6.3 Concepto de Planificación Turística	64
2.6.4 Planificación Participativa	64
2.7. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO EN PANAMÁ.....	69
2.7.1. Los Planes Maestros de Turismo	70
2.7.1.1. Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá 1993-2002	70
2.7.1.2. Plan Maestro de Turismo Sostenible 2007-2020.....	71
2.7.1.3. Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020-2025.....	72
2.8. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE CHIRIQUÍ.....	73
CAPÍTULO 3 - MARCO METODOLÓGICO.....	75
3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	76
3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	77
3.2.1. Método descriptivo	77
3.2.2. Método explicativo	78
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	78
3.3.1. Determinación de la población	78

3.3.2. Fórmula para el cálculo de la muestra	79
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	81
3.5. RECOLECCIÓN DE DATOS.....	81
3.5.1. Encuesta aleatoria a ciudadanos comunes del distrito de Renacimiento	82
3.5.2. Observación de campo.....	82
3.6. HIPÓTESIS	83
3.7. VARIABLES Y DEFINICIÓN OPERACIONAL	83
3.7.1. Determinación de variables	83
3.7.2. Operacionalización de las variables	84
CAPÍTULO 4 - ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	85
4.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	86
4.1.1. Análisis de confiabilidad a la encuesta realizada en el distrito de Renacimiento	124
4.1.2. Conclusiones generales a la encuesta realizada en el distrito de Renacimiento	126
4.2. RESULTADOS DE LAS OBSERVACIONES DE CAMPO.....	129
4.2.1. Productos turísticos.....	130
4.2.2. Espacios escénicos	132
4.2.3. Servicios turísticos	132
4.2.4. Análisis FODA a los hallazgos encontrados en la observación directa.....	133
4.3. CONCLUSIÓN GENERAL ACERCA DE LOS RESULTADOS.....	135
CAPÍTULO 5 - PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL	
DISTRITO DE RENACIMIENTO.....	138
5.1. PROSPECTIVA DEL PLAN ESTRATÉGICO	140

5.1.1. Políticas.....	141
5.1.2. Visión.....	141
5.1.3. Misión.....	141
5.1.4. Valores.....	142
5.1.5. Posicionamiento Estratégico.....	142
5.1.6. Productos Turísticos.....	142
5.1.7. Demanda Turística.....	145
5.2. FORMULACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO.....	146
5.2.1. Objetivos.....	146
5.2.1.1. General.....	146
5.2.1.2. Específicos.....	146
5.2.2. Lineamientos Estratégicos.....	146
5.2.3. Programas del Plan.....	147
5.3. IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO.....	150
5.3.1. Control de implementación y seguimiento.....	151
5.3.2. Uso de indicadores.....	155
5.3.2.1. Indicadores del desempeño.....	155
5.3.2.2. Indicadores de visitantes.....	156
5.4. RESULTADOS ESPERADOS.....	156
5.4.1. Posibles impactos del plan estratégico.....	157
5.4.1.1. Incremento del turismo receptivo.....	157
5.4.1.2. Incremento del turismo interno.....	157
5.4.1.2. Incremento de las arcas municipales.....	158
5.4.1.3. Incremento de más y mejores infraestructuras públicas.....	159

5.4.1.4. Incremento del empleo y el emprendimiento	159
5.4.2. Indicadores dimensionales	160
CONCLUSIONES	164
RECOMENDACIONES	168
BIBLIOGRAFÍA	170
ANEXOS.....	186

ÍNDICE DE GRÁFICAS

		Pág. Nº
Gráfica N°1	El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir localmente.	87
Gráfica N°2	El desarrollo del turismo es ideal para mejorar la economía.	88
Gráfica N°3	El turismo ayuda a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	89
Gráfica N°4	Debe incrementarse la promoción turística del país.	90
Gráfica N°5	El sector turístico genera puestos de trabajo para los residentes.	91
Gráfica N°6	Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y ocio, etc.).	92
Gráfica N°7	El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería.	93
Gráfica N°8	Estoy preparado para atender turistas.	94
Gráfica N°9	Lo mejor, es dejar las cosas tal y como están. De esta manera vivimos tranquilos y podemos descansar.	95
Gráfica N°10	Deberían abrirse nuevas áreas de servicios turísticos (restaurantes, tiendas, alojamientos).	96
Gráfica N°11	Deberían celebrarse eventos de renombre (conciertos, muestras, exposiciones, etc.).	97
Gráfica N°12	El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.	98

Gráfica N°13	La situación económica local es preocupante.	99
Gráfica N°14	Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.	100
Gráfica N°15	El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	101
Gráfica N°16	Debe tenerse en cuenta la opinión de la población local en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico.	102
Gráfica N°17	El turismo favorece la conservación de determinados recursos naturales.	103
Gráfica N°18	Me gusta la oferta de ocio nocturno en la comunidad.	104
Gráfica N°19	Estoy dispuesto a emprender un negocio turístico.	105
Gráfica N°20	La música tradicional es muy conocida a nivel mundial por los turistas.	106
Gráfica N°21	All inclusive o "todo incluido".	107
Gráfica N°22	Clubes vacacionales.	108
Gráfica N°23	Turismo basado en la naturaleza (rutas excursionistas al campo, zona de observación de fauna natural, etc.).	109
Gráfica N°24	Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.	110
Gráfica N°25	Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).	111
Gráfica N°26	Conservación del entorno y Medio Ambiente.	112
Gráfica N°27	Escuela y otras infraestructuras públicas.	113
Gráfica N°28	Seguridad ciudadana.	114
Gráfica N°29	Conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.	115

Gráfica N°30	Empleo y desarrollo económico.	116
Gráfica N°31	Sexo del encuestado	117
Gráfica N°32	¿Cuántas personas trabajan en su hogar?	118
Gráfica N°33	¿Pertenece usted a alguna organización?	119
Gráfica N°34	Ingreso personal del encuestado	120
Gráfica N°35	Rango de edad del encuestado	121
Gráfica N°36	Nivel de estudios del encuestado	122
Gráfica N°37	Idiomas que habla el encuestado	123

ÍNDICE DE CUADROS

		Pág. N°
Cuadro N°1	Esquema de un Plan de Desarrollo	57
Cuadro N°2	Operacionalización de variables	84
Cuadro N°3	Análisis FODA a los hallazgos encontrados en la observación directa	134
Cuadro N°4	Obstáculos al desarrollo turístico en el distrito de Renacimiento	135
Cuadro N°5	Tipologías de Turismo propuestas como productos turísticos	142
Cuadro N°6	Planificación de los productos turísticos	144
Cuadro N°7	Segmentación de la demanda por Productos Turísticos	145
Cuadro N°8	Estrategias derivadas de la matriz FODA	147
Cuadro N°9	Programas del Plan Estratégico Turístico	148
Cuadro N°10	Modelo de seguimiento de los Programas del Plan Estratégico Turístico	152

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es el esfuerzo de varios años de trabajo, para intentar diseñar, desde la vivencia misma como ciudadana, una propuesta estratégica que permita el desarrollo turístico del distrito de Renacimiento, bajo el marco del turismo comunitario, pero presentada como un aporte, y cumpliendo con los lineamientos de una tesis doctoral de la Universidad Autónoma de Chiriquí.

La motivación para la realización de este documento tiene su origen en que la autora nació y ha vivido desde siempre en Renacimiento y que además de conocer los problemas que aquejan a las comunidades ha estado inmersa en los mismos por lo que decidió incursionar en la política y fue electa vicealcaldesa para el periodo 2019-2024, lo que significa gran responsabilidad y compromiso. Constantemente, al estar en contacto con los pobladores, principalmente con los integrantes del sector agropecuario, ha identificado que somos parte, como sociedad renacentista, de la exclusión y marginalidad, dando como resultando menores indicadores de desarrollo socioeconómico en nuestro distrito.

No obstante, Renacimiento cuenta con recursos naturales, históricos y culturales, los que, a la fecha, no se han puesto en valor y que, a través de los conocimientos y capacidades de organización de las comunidades, tienen el potencial para generar beneficios económicos y mejorar las condiciones de vida de la población. Ante este panorama, es preciso identificar a los principales actores y su realidad en el proceso de desarrollo turístico dentro del distrito.

Entre las limitaciones encontradas para el desarrollo de este trabajo investigativo, y como una de las razones que motiva a realizarlo, es que apenas existen trabajos de investigación acerca del distrito de renacimiento. De esta manera, el que hoy presentamos pretende aportar a las ciencias sociales un primer acercamiento a la dimensión paralela del agroturismo, y del desarrollo rural,

dentro de una dinámica que active la renta familiar, y permita reducir los índices de marginalidad social y económica de nuestras comunidades; a través de la valoración y aprovechamiento de recursos. El escenario actual del distrito de Renacimiento refleja factores negativos como falta de empleo, creciente flujo migratorio, desintegración familiar y otros problemas sociales.

En este estudio se propone el agroturismo como actividad importante para promover el desarrollo rural, considerando el contexto antes mencionado, se observan grandes posibilidades, teniendo como base la valorización de los recursos naturales y culturales, las experiencias y conocimientos de los habitantes, y la conservación del medio ambiente. Todo esto puede lograr beneficios económicos para que los renacentistas permanezcan en sus comunidades.

Por lo tanto, esta investigación analiza el espacio rural para proponer algunas bases que orienten a los actores del sector agropecuario a tomar decisiones, que les permitan transitar hacia el desarrollo rural, así como también la concepción del bienestar social y los aspectos económicos que atienden a las comunidades.

Como toda tesis, esta está redactada de forma organizada en capítulos, cinco en total. El primero es el titulado Aspectos Generales. Presenta la hipótesis de partida, basada en la visión del desarrollo humano sostenible, lo que origina las preguntas medulares de la investigación. También cuenta con la redacción de las generalidades del sujeto objeto de estudio, haciendo un recuento histórico del mismo, analizando las características geográficas, económicas y culturales de la población, encontrando que el problema radica en altos niveles de necesidades básicas insatisfechas, como un bajo acceso a la educación y al empleo desencadenando en una situación de pobreza y segregación social en un distrito con muchas potencialidades. A partir de ello, se justifica

esta investigación en los retos que tiene el país de poner fin a la pobreza en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030. Este capítulo así mismo enumera los objetivos de la investigación, los que han de permitir diseñar una estrategia de desarrollo de Turismo Rural Comunitario para el distrito de Renacimiento. Por último, se plantean las limitantes, las que fueron la falta de acceso a ciertas comunidades y zonas naturales, y escasa o nula información estadística, lo que aunado a la pandemia del Covid-19, retrasó el desarrollo de esta investigación.

El Capítulo Segundo ofrece el Marco Teórico, el que inicia señalando definiciones y aportes de diversos autores sobre el concepto de turismo rural, y de cómo se ha desarrollado a nivel mundial; para luego enfatizar en el turismo rural comunitario, hasta llegar al proceso de globalización y desarrollo local, que indica cambios sociales y mejoras de la calidad de vida. Se sigue con el concepto de “Descentralización de la administración pública” como estrategia de modernización del Estado, orientada a la consecución de los objetivos plasmados en la agenda 2030, Lo que nos conduce directamente a los conceptos de planeación, planificación estratégica y participativa como plataforma de desarrollo y crecimiento local.

El Capítulo Tercero define la metodología para el desarrollo de este trabajo, por lo que destaca el diseño de la investigación, el cual es de tipo mixto; sus métodos, procedimientos, técnicas y herramientas utilizadas para la recolección de datos, entre ellas la encuesta y observación directa, con los que se busca lograr los objetivos planteados. También se señala la población y la fórmula para el cálculo de la muestra, además de enunciar la hipótesis y la definición de las variables.

El Capítulo Cuarto es el Análisis y Presentación de Resultados, en donde se esboza el sentir de una población vulnerable que ya no puede soportar la pesada carga de la pobreza; resultados que se muestran producto de la recolección de datos con la técnica de la encuesta.

El Capítulo Quinto expone la propuesta enunciada con anterioridad: un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para el distrito de Renacimiento; debidamente detallado en un orden lógico, con objetivos y lineamientos estratégicos que definen programas y proyectos para poner en valor los recursos. Se incluyen métodos de control, implementación y seguimiento con sus respectivos indicadores de cumplimiento, lo que dará como consecuencia el alcance de los resultados esperados.

Finalmente están las conclusiones y recomendaciones dónde se dictamina que Renacimiento, más que un distrito, es una zona bella, atractiva y rica en recursos altamente potenciales; pero en el que lastimosamente, por falta de iniciativa local y voluntad política, no se están elaborando proyectos de transformación productiva que tengan un impacto económico en la población; por lo que se recomienda implementar esta propuesta para mejorar ingresos, formar líderes orientadores, y hacer alianzas para buscar apoyo técnico y financiero, lo que ha de transformarse en calidad de vida para la población renacentista.

CAPÍTULO 1
ASPECTOS GENERALES

Este primer Capítulo explica primeramente los aspectos generales, pero más importantes, del sujeto de la investigación: el distrito de Renacimiento. Posteriormente permite identificar el problema que origina esta investigación, de donde surgen los objetivos a cumplir en la misma.

1.1. FUNDAMENTACIÓN

Esta tesis doctoral es un plan de acción para el desarrollo del turismo rural en el distrito de Renacimiento, en la provincia de Chiriquí. El mismo es un territorio compuesto por áreas rurales de un país en vías de desarrollo, que ha presentado en los últimos años altas tasas de crecimiento y disminución de la pobreza; sin embargo, esta realidad no se vive ni se siente en las comunidades que conforman propiamente este distrito, en detrimento de los campesinos que allí habitan.

Por tanto, la hipótesis de partida de este trabajo de investigación es que, con una nueva estrategia de desarrollo del Turismo Rural Comunitario, los pobladores del distrito de Renacimiento mejorarán su nivel de vida, tanto en lo económico como en lo social.

La actividad turística se puede ejercer en todos los territorios, independientemente de sus condiciones de pobreza y necesidades básicas insatisfechas; la tarea consiste en generar condiciones favorables para el desarrollo de un turismo participativo.

Nuestra propuesta se asienta en la visión del desarrollo humano sostenible. Por un lado, captando el desarrollo humano como libertad, tal como lo ha sugerido SEN (1999), y luego aplicado en el campo de la gestión cultural (MARTINELL, 2010). Se entiende el Desarrollo Humano (DH) como un proceso de generación de capacidades que amplía las oportunidades de las personas,

convirtiéndoles en agentes transformadores; y, por otro lado, entendida desde el desarrollo sostenible de los territorios.

Las experiencias de Turismo Rural Comunitario en todo el mundo nos indican que las comunidades se pueden organizar, para ofrecer productos turísticos a los visitantes y así generar ingresos. De allí la importancia de valorar las condiciones iniciales (como línea base) del territorio en cuanto a los recursos turísticos potenciales.

Esto permitirá construir una propuesta que desarrolle una cadena productiva de oportunidades para los pobladores que, a mediano y largo plazo, conducirán a otros procesos de innovación social, los que, sin lugar a duda, redundarán en el mejoramiento de la calidad de vida.

Vale la pena mencionar que este trabajo surge en torno a una serie de preguntas de investigación, sobre la cual se fundamenta la tesis doctoral, las que a continuación se enumeran:

1. ¿Qué es el turismo rural comunitario?
2. ¿Existen experiencias de Turismo Rural en Panamá?
3. ¿Cuáles han sido los factores de éxito en estas experiencias?
4. ¿Qué se puede proponer para que Renacimiento sea un destino turístico rural?

1.1.1. Antecedentes del sujeto y escenario objetivo

El sujeto y escenario objetivo de esta investigación es el municipio de Renacimiento; por lo tanto, tomando como referencia el informe “Plan Estratégico Distrital de Renacimiento” (ARJONA, et. al., 2017) su información más importante, se señala a continuación:

1.1.1.1. Reseña Histórica

De acuerdo con la autora chiricana SÁNCHEZ PINZÓN (2013), en su libro “Renacimiento la fortaleza de Talamanca” el distrito de Renacimiento forma parte de la Cordillera de Talamanca, asiento de diversas culturas originarias durante miles de años, único territorio de Centroamérica y Panamá, que no pudo ser conquistado por la invasión europea.

Desde principios del siglo XVI y hasta los inicios del siglo XIX, los conquistadores y posteriormente autoridades españolas trataron por distintos medios de someter las diversas culturas originarias que habitaron el inmenso territorio de Talamanca. Sin embargo, este proceso no llegó a consolidarse.

Renacimiento se inscribe en el contexto histórico desde finales del siglo XIX y primera mitad del siglo XX con la presencia de colonos hispano-indígenas, lo que da origen a la conformación de comunidades como las de Caisán, Santa Cruz, Monte Lirio, Alto Quiel, Río Sereno, Baitún, entre otras, integradas principalmente por personas provenientes de los vecinos distritos de Barú, Bugaba y de la provincia de Bocas del Toro; a pesar de que no había ningún tipo de facilidades para poder allí establecerse para vivir, por la falta de comunicación, servicios de salud, acueducto y alcantarillados, instituciones educativas y mucho menos energía eléctrica. Estos primeros pobladores convirtieron el área en campos agrícolas y áreas de pastoreo para subsistencia.

La realidad histórica de Renacimiento está ligada también a la dinámica evolutiva de la República de Panamá, al devenir de la provincia de Chiriquí y fundamentalmente a las transformaciones de los distritos chiricanos de Alanje, Bugaba y Barú, pues formó parte de estos distritos en diferentes periodos.

Oficialmente, Renacimiento fue fundado como distrito mediante Decreto de Gabinete N°296 del 3 de septiembre de 1970. El territorio de la nueva entidad administrativa se conformó con áreas segregadas de los vecinos distritos de Barú y Bugaba, y se convirtió en un pilar de la producción agropecuaria del país y la provincia.

La dinámica productiva se sustenta en la tierra, el agua y el clima, constituyéndose en fortalezas del distrito, ya que han permitido un desarrollo importante de la producción agropecuaria y agroindustrial; produciendo principalmente en esta zona rubros como el café, poroto, tomate, plátano, pepino, maíz. Se cuenta también con la producción de granjas avícolas, ganado porcino y vacuno, las que han resultado competitivas con otros distritos, e incluso ocupando lugares destacados a nivel nacional.

Renacimiento forma parte del territorio transfronterizo conformado entre las fronteras de Panamá y Costa Rica. Tiene aproximadamente 150 años de mantener y fortalecer vínculos y relaciones de intercambio cultural, comercial, productivo y poblacional, caracterizada por su homogeneidad geográfica y humana.

En cuanto a la historia de sus autoridades, fue en 1972 que se organizó la primera elección del poder popular, siendo su primer alcalde, el educador Carlos Beitia González, el primer presidente del Consejo Municipal, el educador José Alvar Guerra Gutiérrez, los concejales Franklin Guillén (Breñon), Erasmo López (Caisán), José A. Guerra (Cañas Gordas), Arístides Yángüez (Monte Lirio), Agapito Campos (Santa Cruz), Juez Arsenio González, y personero Nelson Luque.

Desde entonces, esta zona denominada a sí misma como “renacentista” celebra la fundación de su distrito con diferentes actividades, exposiciones culturales, desfiles, cabalgata, reinado, competencias deportivas, bailes populares y discotecas. Pero desde escasos años, también se celebra la Feria Turística, Agrícola y Artesanal de Monte Lirio, la que muestra las destrezas en la agricultura, la ganadería y las artesanías desarrolladas en el distrito, sin olvidar el destaque por el gran amor a su naturaleza, ya que es “...un sector de suelo fértil productivo, donde se cultiva tomate, plátano, pimentón, café y chayote. También zona ganadera. (De LEÓN, 2019)”.

1.1.1.2. Características geográficas generales

Entre los factores generales y más importantes que caracterizan al distrito de Renacimiento, están los siguientes:

- Ubicación: es un distrito fronterizo localizado en el extremo noroccidental de la provincia de Chiriquí.
 - Límites:
 - Al norte, con el distrito de Almirante, provincia de Bocas del Toro.
 - Al este, su extensión limítrofe más grande, con los distritos de Bugaba y el recién creado distrito de Tierras Altas, ambos dentro de la provincia de Chiriquí.
 - Al sur, su extensión limítrofe más pequeña, con el distrito de Barú, también parte de la provincia de Chiriquí.
 - Al oeste, con el Cantón costarricense de Coto Brus, de la Provincia de Puntarenas.
 - Superficie terrestre: 529 km².
 - Altitud: variada, entre los 200 metros sobre el nivel del mar en su punto más bajo, y los 2,600 metros sobre el nivel del mar en su punto más alto.

- Temperatura: igualmente variada, entre un clima tropical muy húmedo en su punto más bajo, pero predominantemente con clima templado muy húmedo de altura, ya que la mayoría de su terreno es montañoso, por lo que oscila en los 18°C
- Hidrografía: cuenta con numerosos ríos de aguas mansas y bravías como lo es el Río Chiriquí Viejo, Río Candela, Río Sereno, Río Chevo, Río Guisado, Río Caisán, Río Caña Blanca, Río Cotito, Río Pavón, Quebrada Grande (San Antonio de Monte Lirio), Quebrada de Las Vueltas, Lago Río Sereno
- Población: Según el último censo del año 2010, tiene una población de más de 20,500 habitantes. Y cuya densidad de población es de 38.8 habitantes por kilómetro cuadrado
- Distribución político-administrativa: cuenta con ocho corregimientos, siendo estos Breñón, Cañas Gordas, Dominical, Monte Lirio, Plaza Caisán, Río Sereno (corregimiento capital), Santa Cruz y Santa Clara. A continuación, se citan sus comunidades en orden alfabético:

1. Altamira	23. Cerro Paja	45. Monte Lirio
2. Alto Bonito	24. Copal	46. Mosquito
3. Alto Brujo	25. Cotito	47. Nueva Delli
4. Alto Cerrón	26. Dominical	48. Ojo De Agua
5. Alto de la potra	27. El Cruce de Caisán	49. Palmarito
6. Alto La Mina	28. El Horno	50. Pavón
7. Alto Quiel	29. El Valle de la Mina	51. Pavón Arriba
8. Baitún Abajo	30. Entrada Salsipuedes	52. Piedra de Candela
9. Baitún Arriba	31. Guabito de Caisán	53. Plaza de Caisán
10. Bajo Cerrón	32. Hornito	54. Quebrada De Vueltas
11. Bajo Chiriquí	33. La Bonita	55. Rio Sereno

12. Bajo la Unión	34. La Divisa	56. Salitral
13. Bajo Zapatero	35. La Garita	57. Salsipuedes
14. Bella Vista	36. La Unión	58. San Antonio
15. Breñon	37. La Primavera	59. Santa Clara
16. Caisán Abajo	38. Las Delicias	60. Santa Clarita
17. Caisán centro	39. Las Planuras	61. Santa Cruz
18. Caisán primavera	40. Los Planes	62. Santa Elena
19. Campo alegre	41. Mamey	63. Valle Del Centinela
20. Cañas Blancas Abajo	42. Mamey Abajo	64. Zambrano
21. Cañas Blancas Arriba	43. Mamey Arriba	
22. cañas gordas	44. Miraflores	

Entre otros factores a considerar para conocer debidamente este distrito, igualmente formulados en el citado informe, están los siguientes.

1.1.1.3. Actividades económicas

El distrito de Renacimiento, por la naturaleza de sus regiones, cuenta con una vocación natural por las actividades agropecuarias, encabezada por la producción de café, plátanos, leche, tomates, frijoles y verduras.

Entre otras características, dentro de lo natural, Renacimiento cuenta con espectaculares bellezas escénicas de alto potencial turístico. Pero a pesar de este potencial y su economía agrícola, las que son fortalezas y oportunidades para su desarrollo, esto no ha sido posible por el constante abandono que se evidencia en las condiciones deficientes en sus infraestructuras civiles, equipamientos

educativos, sitios de recreación, y en otros servicios básicos comunales; condiciones estas que dan como resultado una baja transformación y generación de valor agregado, escasos niveles de transformación de la producción y baja aplicación de tecnología.

En cuanto a las actividades económicas relacionadas con los hoteles y restaurantes, se incluyen bares y cantinas, categoría que incluye el suministro de alojamiento temporal para visitantes y otros viajeros, y el suministro de comidas y bebidas para su consumo inmediato. Hasta el año 2017, la cantidad de negocios en estos rubros de hospitalidad en el distrito, eran los siguientes:

- Un (1) posada, localizada en Río Sereno Cabecera.
- Catorce (14) bares y cantinas, a nivel del distrito.
- Quince (15) restaurantes, localizados en los siguientes corregimientos: Río Sereno (8), Plaza Caisán (3), Santa Clara (2), Cañas Gordas (1) y Dominical (1).

1.1.1.4. Clima

De acuerdo con el Atlas Ambiental de Panamá 2010 (ANAM, 2010, p. 27), en el distrito de Renacimiento se presentan dos clases de climas:

- Clima tropical de montaña media y alta
- Clima oceánico de montaña baja

1.1.1.5. Relieve

El sustrato geológico de Renacimiento está formado por diversos tipos de rocas volcánicas y sedimentarias.

1.1.1.6. Riesgos ambientales

El distrito de Renacimiento se encuentra dentro de la microplaca de Panamá, situación que le convierte en zona propensa a sismos y eventos de alta magnitud. Pero los problemas que más le afecta en cuanto a la dimensión ambiental, según el ya citado informe, son los siguientes:

- Deforestación
- Disminución del volumen de agua para consumo humano.
- Falta de Conciencia en el manejo de los desechos sólidos.
- Contaminación por el uso excesivo de agroquímicos.
- Incendios, quemas.
- Falta de seguimiento a los planes de manejo ambiental de las hidroeléctricas.
- Cambio climático

1.1.1.8. Población

Según los resultados finales de los tres últimos Censos Nacionales de Población y Vivienda, la población del distrito de Renacimiento es eminentemente de tipo rural, contando con una población estimada, al último censo del año 2010 de 20,524 habitantes (INEC, Distribución Territorial y Migración Interna en Panamá-Censo2010, 2010, p. 71), aunque según estimaciones de la entidad señalada, se determina aproximadamente para el año 2020 en 21,499 (INEC, Boletín 15. Estimaciones y proyecciones de la población en la república, provincia, comarca indígena por distrito, según sexo y edad; 2010-2020, 2020).. Es importante señalar que la mayor parte de la población se concentra en los corregimientos de Río Sereno - cabecera y Cañas Gordas.

Según el Atlas Social de Panamá (MEF, Atlas Social de Panamá. Migración interna reciente en Panamá, 2012) Renacimiento, reporta que la tasa de migración para el año 2000 fue de menos de

2.3, y para el año 2010 fue de -7.1, teniendo una migración negativa, lo que indica que el número de personas emigrantes es mayor a los inmigrantes.

El distrito de Renacimiento presenta una superficie de 529 km² y una densidad de 38.8 habitantes por kilómetro cuadrado. La mayor densidad se concentra en el corregimiento de Río Sereno (cabecera) con 65.7 habitantes por kilómetro cuadrado y la menor densidad en el corregimiento de Dominical con 12.1 habitantes por kilómetro cuadrado.

Además, el distrito cuenta con la siguiente estructura demográfica:

- promedio de edad de la población: 22 años,
- tasa de natalidad hasta el año 2014 (según el Ministerio de Salud): 19,
- tasa de mortalidad: 3.1,
- crecimiento natural: 15.9.
- esperanza de vida: 77.38 años.

1.1.1.9. Educación

El distrito de Renacimiento cuenta con 40 instalaciones educativas entre los niveles de preescolar, primaria, Premedia y la educación Media.

Según datos del Ministerio de Educación, en el año 2015 laboraban un total de 243 docentes en todo el distrito, que atendían una matrícula total de 4,703 estudiantes, distribuidos a nivel de los ocho corregimientos. Pero según el Censo de Población y Vivienda (INEC, 2010), el analfabetismo en el distrito alcanzaba el 12.2%

En cuanto a la educación superior, Renacimiento cuenta con una extensión de la Universidad Autónoma de Chiriquí llamada “Sub- Sede Universitaria de Tierras Altas CRUTA-Río Sereno”, que brinda las siguientes carreras:

- Inglés,
- Administración de empresas,
- Informática empresarial,
- Contabilidad,
- Turismo,
- Finanzas y Banca,
- Educación.

Hasta el año 2017 se tenía en total una matrícula de 150 estudiantes universitarios, impartándose las clases en la escuela de Río Sereno y en una estructura propia de dos salones.

1.1.1.10. Salud

En el distrito de renacimiento se tiene insuficiente presencia de instalaciones de salud, ya que solo existe un Centro de Salud ubicado en el corregimiento Río Sereno (cabecera), tres Subcentros de Salud y cuatro Puestos de Salud. No se cuenta con Hospitales o Policlínicas.

1.1.1.11. Pobreza General y Extrema

Según el “Mapa de Pobreza y Desigualdad en Panamá” (MEF, 2017, p. 40), el distrito de Renacimiento apenas alcanza el 5% de la población total de la Provincia de Chiriquí, en niveles de pobreza general, el distrito tiene el 45.1%, lo que corresponde al 12.7% por encima del índice de pobreza general a nivel de la Provincia de Chiriquí que es de 32.4%. En cuanto a la pobreza

extrema, el distrito posee un 16.8%, teniendo el 4.8% por encima del porcentaje a nivel de la Provincia que es de 12%.

Este distrito es el segundo con mayor pobreza general en la provincia de Chiriquí, después de Tolé, que tiene el 52.2%.

Además de todo lo anterior, los problemas que más afectan a Renacimiento, en cuanto a la dimensión social, son los siguientes:

- Falta de acceso a la tecnología para facilitar la enseñanza- aprendizaje en las escuelas.
- Desnutrición de niños que asisten a las escuelas, grupos vulnerables.
- Falta de apoyo y desinterés de los padres de familia en la educación.
- Insuficiente capacidad de los centros educativos por aumento de matrícula.
- Falta de personal y equipo técnico especializado en los centros de salud.
- Alto consumo de bebidas alcohólicas y drogas.
- Mal estado de las viviendas y hacinamiento familiar.

1.1.1.12. Grupos organizados

Existen agrupaciones en los diversos campos de acción social dentro del distrito de renacimiento, siendo los grupos más reconocidos...:

- Asociación de Padres de familia de los diferentes centros educativos,
- Club de Leones,
- Asociación de Productores de Renacimiento,
- Asociación Funeraria,
- Asociación de Transportistas de Río Sereno,

- Asociación de Productores de Tilapia,
- Cooperativa de Servicios Múltiples El Renacimiento,
- COOLECHE,
- Juntas administradoras de agua,
- y congregaciones religiosas de todas las denominaciones.
- Cámara de Turismo de Renacimiento, (CAMTURE)

1.1.1.13. Seguridad Ciudadana

La protección ciudadana está a cargo de las instituciones de seguridad pública, teniendo como estamento de más presencia, el Servicio Nacional de Fronteras (SENAFRONT), por ser un distrito eminentemente fronterizo con la República de Costa Rica, quienes realizan patrullajes continuos por todo el distrito, contando para ello con puestos de vigilancia en los corregimientos de Santa Clara, Plaza Caisán, Monte Lirio, Cañas Gordas, Breñon, La Unión.

Pese a lo anteriormente explicado, por la geografía y la línea fronteriza, las labores de seguridad en la frontera no son fáciles debido a las existencias de caminos o pasos ciegos, como trochas que facilitan el narcotráfico y contrabando.

1.1.1.14. Infraestructuras

Según encuestas realizadas a las autoridades locales de los 8 corregimientos del distrito de Renacimiento, estos manifestaron cuáles son las infraestructuras con las que cuentan, detallándose a continuación:

- Se cuenta con luminarias públicas en todos los corregimientos del Distrito, pero en algunos lugares hace falta para mayor seguridad de las personas.

- El distrito cuenta con un centro de acopio de producción agropecuaria en Santa Cruz y un matadero en Río Sereno.
- Por otro lado, la parte de las telecomunicaciones, la tecnología mayormente utilizada es la de los teléfonos celulares en todo el distrito, pero con dificultades con la señal en la mayoría de los corregimientos.
- En cuanto a la tecnología de la información y comunicación (Internet), esta se brinda principalmente por las denominadas “Infoplazas” del estado, en los corregimientos de Río Sereno, Santa Cruz, Plaza Caisán y Monte Lirio.

En cuanto a infraestructuras físicas civiles, como los parques, en este tema el distrito de Renacimiento cuenta con tan solo cuatro, ubicados en Río Sereno, Cañas Gordas, Caisán y el último en Santa Cruz; pero tres de ellos se encuentran en mal estado. Con relación a las infraestructuras deportivas, el distrito cuenta con solo 23.

Para la infraestructura de aceras, solo hay cuatro corregimientos que cuentan con estas dentro de sus comunidades para la protección de sus peatones, que son Río Sereno, Santa Cruz, Monte Lirio y Breñón. En Santa Clara están en construcción las aceras en algunos sectores del corregimiento.

Todos los corregimientos del Distrito cuentan con Casa comunal, aunque estas presentan deterioro físico, por lo que requieren ser rehabilitadas.

Otros de los problemas en cuanto a infraestructuras en el distrito de Renacimiento, son los siguientes:

- Alto deterioro de la vía Paso Canoas – Río Sereno.

- La vía California-Rio Sereno está en reparación
- Inadecuada prestación de servicio de energía eléctrica.
- Faltas de estructuras para el desarrollo turístico.
- Falta de espacio y estructuras para el comercio informal (buhonería).
- Bajo nivel de producción.
- Deterioro de los caminos.
- No existe incentivo, ni capacitación para el establecimiento de agroindustrias.

1.1.1.15. Gobierno Local

El municipio cuenta con dos estructuras organizativas, siendo estas las siguientes:

- Consejo Municipal, la que se deriva a su vez en secretaria del Consejo Municipal, Asesoría Legal y las Comisiones del Consejo que son las Juntas Comunales.
- Alcaldía, la que se desglosa en la supervisión del municipio a través de la Contraloría General de la República, el vicealcalde, secretaria general, dirección de Asuntos Sociales, Dirección de Servicios Generales, Dirección de Gestión Ambiental, Dirección de Asuntos Legales, Dirección de Ingeniería Municipal, Tesorería y Descentralización.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El distrito de Renacimiento posee una gran riqueza cultural, con sus propias dinámicas ambientales, sociales y económicas. Es un destino natural atractivo, con granjas agrícolas y paisajes naturales. Pero estos servicios carecen de la calidad que demandan los turistas, debido a la falta de capacitación y organización en materia turística.

El transporte público, además de no ser frecuente, es incómodo, aunado a las malas condiciones en algunas carreteras, caminos y vías de penetración a las comunidades de este distrito, las que además no cuentan con las señalizaciones adecuadas para llegar a los atractivos turísticos. Y entre otras cosas, se ha fallado en concienciar a la comunidad en todo lo referente a la conservación de nuestros recursos naturales.

Lo que se constituye en una serie de problemas que requieren de soluciones. Sin embargo, se cree en la orientación a través de una campaña educativa, hacia el conocimiento del valor natural que posee el distrito y que la protección de sus recursos se realice integralmente conduzca a un bienestar económico que lleve a la población a la identificación, y eventualmente, logre reducir la frecuencia y magnitud de los demás problemas.

El desarrollo del turismo alternativo a la agricultura ha de constituirse en el eje fundamental del avance socioeconómico, en donde los turistas tienen la posibilidad de convivir o experimentar las diversas actividades agropecuarias y cultura propia local.

La muestra de la crisis en el campo es observable a través del balance migratorio, el cual se ha incrementado negativamente a causa de la pérdida de ingresos provenientes del sector agrícola, ya que este sector no ha tenido la capacidad de asegurar y sustentar el bienestar de las personas de comunidades rurales de forma permanente.

La ganadería y porcicultura también ocupan un lugar preponderante en la economía renacentista, de la cual, en determinadas épocas, se destina a la comercialización el excedente de leche a través de la elaboración de productos derivados como el queso. En cuanto a actividades de servicio, comercio y transporte, estas se encuentran poco desarrolladas.

La producción muestra una relación del habitante con el entorno natural apegada a normas tradicionales de uso, dentro de las cuales la población ha enfrentado el descenso de su calidad de vida buscando formas alternativas de ingresos, como la migración y no con la explotación de los recursos naturales.

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Como se pudo observar en los antecedentes generales del sujeto de la investigación, el distrito de Renacimiento presenta altos niveles de necesidades básicas insatisfechas y bajo acceso a la educación y al empleo. La situación de pobreza se ve reflejada en la segregación social y económica de la población, así como en la distribución inequitativa de equipamientos y servicios, que contribuye a acentuar más la pobreza de la población.

Sin embargo, prevalece la empresa de economía campesina, con baja transferencia y apropiación tecnológica, bajas formas de tenencia de tierra de carácter minifundista tradicional, cuya producción es destinada principalmente al autoconsumo y a la comercialización en pequeña escala a nivel local.

Si bien es cierto que existen problemáticas que no pueden ser modificadas, como la tenencia de la tierra, consecencialmente, de continuarse con este mismo modelo socio económico, la variable de empobrecimiento y marginalidad seguirá aumentando tanto en el sector urbano como en el rural. En el urbano, porque su equipamiento de infraestructura y de servicios como los de vivienda, empleo salud y educación no están capacitados para hacer de este municipio receptor de un mayor número de población; y en el rural, porque se tendrá cada vez menos oportunidades de desarrollo.

Frente a esta problemática económica y social, el municipio tiene muchas potencialidades para superarla, ya que cuenta con una situación geopolítica privilegiada, posee riquezas naturales, pero fundamentalmente cuenta con un talento humano caracterizado por su cultura, su ingenio y laboriosidad ante obstáculos, lo que ha le posibilitado generar dinámicas colectivas para enfrentar los problemas.

Dado que nuestro país enfrenta retos en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030, siendo el primero y el principal el de trabajar por el “fin de la pobreza” (OMT, 2015), Adam Smith, considerado uno de los padres de la ciencia económica, manifestó en su época que “ninguna sociedad puede ser floreciente y feliz, si la que es con mucho la más numerosa de sus partes, vive pobre y miserable” (citado por OBANDO ACOSTA, 2018). Es por eso por lo que para lograr sacar del estado de postración en que se encuentran gran parte de las zonas rurales, se requiere no solamente de recursos financieros, sino, además, de una gran dosis de imaginación, asociatividad y cooperación social para que sean amplias las posibilidades de lograr una sociedad deseable. (OBANDO ACOSTA, 2018).

En base a ello, se deben buscar alternativas para lograr que los factores que inciden en la productividad y competitividad hagan sinergia, y den como resultado actividades económicas dinámicas, generadoras de empleo, de oportunidades, de apalancamiento para el mejoramiento de infraestructura y de una creciente valoración de la identidad local.

El distrito de Renacimiento se encuentra rodeado de un paisaje natural muy atractivo, puesto que allí se destacan áreas rurales y ecológicas que poseen una gran riqueza, las que podrían ser de alto

impacto en el mercado turístico internacional, si se aprovecha la cercanía con la hermana República de Costa Rica, la que ya está consolidada en dicho mercado.

En tanto que el turismo se ha definido a nivel mundial como un polo dinamizador de la economía, y teniendo en cuenta que el distrito de Renacimiento tiene recursos materiales e inmateriales maravillosos (sus paisajes de excepcional belleza, reservas forestales, variedad de flora y fauna, clima y vegetación, deliciosa gastronomía, entre otros), es momento de mejorar y complementar estos productos naturales y culturales para transformarlos en turísticos, capaces de atraer un número creciente de visitantes, y de esa manera generar un crecimiento económico para los anfitriones locales.

Como fortalezas, la dinámica productiva del distrito se sustenta en la tierra, el agua y el clima, ya que han permitido un desarrollo importante de la producción agropecuaria y agroindustrial. En la zona se produce principalmente, café, poroto, tomate, plátano, pepino, maíz; además, la producción de aves, ganado porcino y vacuno. Toda esta producción ha resultado competitiva con otros distritos, e incluso ocupando lugares destacados a nivel nacional.

Como oportunidad, Renacimiento forma parte del territorio transfronterizo conformado entre las fronteras de la zona alta entre Panamá y Costa Rica, tiene aproximadamente 150 años de mantener y fortalecer vínculos y relaciones de intercambio cultural, comercial, productivo y poblacional, caracterizada por su homogeneidad geográfica y humana.

En conclusión, por las fortalezas y oportunidades esbozadas, es que se ha motivado el interés por diseñar, proponer y ejecutar un plan de desarrollo para este distrito a través de la estrategia del

turismo rural comunitario. Pero existe una motivación personal, ya que la autora de este tema, es oriunda del distrito, sumado a que en las recientes elecciones logró ser electa Vicealcaldesa del Municipio de Renacimiento, lo que la motiva, bajo una gran responsabilidad, a contribuir a realizar y ejecutar este proyecto en beneficio de las clases más necesitadas, en sus zonas olvidadas por los anteriores y diversos tipos de gobiernos, y dónde los habitantes de la zona están ansiosos de una oportunidad de desarrollo y crecimiento.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los objetivos de esta investigación son los siguientes.

1.4.1. Objetivo general

Diseñar una estrategia de desarrollo del Turismo Rural Comunitario para el Distrito de Renacimiento.

1.4.2. Objetivos específicos

- Recopilar información bibliográfica que identifique los diferentes fenómenos aplicables al desarrollo del turismo rural comunitario.
- Analizar los instrumentos teóricos para la formulación de la estrategia de desarrollo del turismo rural comunitario como alternativa para impulsar desarrollo para la población.
- Formular una estrategia de desarrollo que permita fortalecer el turismo rural comunitario.
- Detectar las necesidades de capacitación de la comunidad de acuerdo con el proyecto propuesto.

1.5. ALCANCE, PROYECCIÓN Y LIMITACIONES

El laboratorio de esta investigación es el Distrito de Renacimiento y con el mismo se busca desarrollar el turismo rural comunitario al tiempo que se proyecta a las comunidades a brindar un servicio personalizado.

Las limitaciones propias de este trabajo de investigación serán las siguientes:

- El difícil acceso a ciertas comunidades y zonas naturales dentro del distrito de Renacimiento, al momento de realizar los estudios de campo.
- Escasa o nula Información estadística en cuanto al municipio de Renacimiento y del movimiento turístico en la provincia de Chiriquí.
- La pandemia del Covid-19, que impidió la movilidad para realizar los trabajos de campo y retraso en gran parte esta investigación.

CAPÍTULO 2
MARCO TEÓRICO

Este segundo capítulo conforma el Marco Teórico de la investigación, donde producto de una exhaustiva revisión bibliográfica procedemos primeramente a señalar las definiciones de los términos más comunes de la misma; y posteriormente se enfatiza en el concepto de planeación estratégica, planificación estratégica, planificación turística y participativa de forma explicativa, entrando a lo nacional y provincial, para así comprender la idea de la propuesta a presentarse en el último capítulo de este documento.

2.1. EL TURISMO RURAL A NIVEL MUNDIAL

Tomando como referencia el análisis efectuado por la autora MORA BRAVO (2016) en su tesis de maestría, se repasan algunos resultados resumidos de la actividad de turismo rural en ciertas partes del mundo y sus diferencias en su práctica, a continuación, en los siguientes párrafos:

En Europa, cuna del turismo rural, esta tipología es considerada como una actividad consolidada de acuerdo con la Confederación Europea de Alojamientos Rurales (EuroGites), para sus 19 países miembros. Según BOULLÓN (2008; citado por MORA BRAVO, 2016, p. 26) a los últimos 10 años de la edición de su libro, se produjo un aumento en la demanda, llegando a los 190,000 establecimientos en 2003.

En Francia, el turismo rural se desarrolló a partir de 1950 cuando el Ministerio de Agricultura subsidió a los granjeros para que ofrecieran servicios de alojamiento y alimentación a los turistas, con apoyo ofrecido por varios ministerios y ONG's a través de capacitación y promoción, lo que causó que esta estrategia tuviera éxito (MORA BRAVO, 2016, p. 16).

Suiza, por su parte, se vio abocada a la reducción de por lo menos 2000 granjas pequeñas y medianas, por la política estatal de aumentar la superficie promedio de predios en producción, por lo que entonces orientaron su actividad al turismo rural, cuya principal característica es la de dormir en una cama de heno en un granero o establo; actualmente 240 granjeros ofrecen este servicio de alojamiento (BOULLÓN, 2008; citado por MORA BRAVO, 2016, p. 26).

Australia inició con la actividad del turismo rural en 1970, teniendo como mira complementar la actividad agraria y evitar la despoblación rural. Es en este país donde existe una política pública que tiene disposición legal para fijar el número de puestos máximo para dormir, y donde solo puede utilizarse como personal de servicio a personas vinculadas a la granja (BOULLÓN, 2008). Experiencia digna de aplicar en el distrito de Renacimiento.

Italia es el único país de la Unión Europea que tiene leyes regulatorias para el turismo, pero estas no cubren a los productores agropecuarios; pero en cambio cuentan con la Ley Nacional No. 73 de diciembre de 1985, la que normaliza el agroturismo en toda la nación (BOULLÓN, 2008; citado por MORA BRAVO, 2016, p. 26).

Grecia, por su parte, inició el turismo rural en la década de 1980, gracias a los programas “LEADER”, y en 1983 surgen las cooperativas de mujeres que ofertan el servicio de agroturismo (MORA BRAVO, 2016, p. 26).

España da inicio al turismo rural con el regreso de los familiares que habían emigrado a las ciudades; y es gracias a la promoción y planeación de los Programas “LEADER”, y el apoyo que

brindó la integración de los sectores público, privado y las ONG's que se logró consolidar hasta el día de hoy.

Alemania reconoce esta modalidad del turismo como “vacaciones en una hacienda agrícola”; y es en 1960 cuando los agricultores iniciaron a ofertar el servicio con el ánimo de mejorar sus ingresos. En el año 2000, el 4% de estos contaba con actividades turísticas, y ya para la segunda década del presente siglo, se mantenía un crecimiento constante. Al año 2013, contaban con más de 30,000 establecimientos (MORA BRAVO, 2016, p. 27).

En el caso del conjunto de los países escandinavos, Polonia, Bélgica, Holanda, la República Checa y en el resto del continente europeo, se insertó esta modalidad de turismo; y gracias al apoyo interinstitucional, los mismos han logrado posesionarse en esta tipología turística. Se considera relevante expresar que todas las experiencias tienen como base fundamental el hospedaje y la interacción con el medio ambiente.

En los Estados Unidos, el turismo rural se encuentra en pleno apogeo, ya que cuenta con el apoyo de los “Fondos Federales para las Áreas Rurales”. Igualmente poseen programas como el “Rural Heritage Program”, los que buscan el reconocimiento y protección de los atractivos rurales históricos y culturales. La Universidad de California, en 1999, creó un grupo de trabajo llamado “Small Form” (SFC), que tenía como objetivo investigar y promocionar el agroturismo; contando con una base de datos que registra aproximadamente 650 establecimientos organizados por región que ofertan alojamiento, ventas agrícolas directas, experiencias educativas, entretenimiento, recreación al aire libre y miscelánea (MORA BRAVO, 2016, p. 27).

México, a pesar de haber alcanzado un fuerte posicionamiento como destino turístico, motivado por las excelentes playas y espectacular infraestructura, no ha logrado progresar mucho en cuanto al turismo rural; por lo tanto, solo cuatro estados, Oaxaca, Nayarit, Jalisco y Chiapas, tienen programas de turismo rural para ofertar al turista.

En Argentina el turismo rural tiene su principal sitio en la Patagonia; sin embargo, en el resto del país los emprendimientos iniciaron en el año 2000. De acuerdo con una encuesta aplicada por Alfredo Cesar Dachary y Ernesto Barrera para el estudio sobre la situación de esta modalidad de turismo en el país, un 68% se encuentran conformes con su actividad. Los responsables de la encuesta concluyen que es una actividad generadora de empleo (MORA BRAVO, 2016, p. 30).

En el caso de Bolivia, ya hace más de 15 años que se impulsa con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el CAF (Corporación Andina de Fomento), el desarrollo de un modelo propio de gestión de turismo rural comunitario; y a la edición de la presentación de estos resultados se ha conseguido empoderar a los pobladores, beneficiando a 2,280 emprendedores en 17 comunidades, quienes a través de alianzas con operadores nacionales e internaciones, cada uno ha recibido unos 16,000 bolivianos (2,334.21 dólares estadounidenses) en concepto de turismo por venta de giras turísticas ofertadas (CODESPA, 2016).

Brasil tiene diferentes experiencias de turismo rural comunitario, ya que en este país la Oficina de Turismo “Brasil Aventura Rural” promueve a nivel nacional e internacional las diferentes rutas del turismo rural comunitario.

En Ecuador, el turismo rural comunitario se presenta desde hace décadas, y cuenta con un “Reglamento para el Funcionamiento de Centros Turísticos Comunitarios”, con un Centro de Información turística rural comunitaria y con un manual de calidad específico para el sector (ROUX, 2013).

Chile, por su parte, cuenta con una amplia gama de iniciativas de turismo rural, entre las que se destacan las comunidades de Aimaras, Ickan Antay, Diaguitas y Coyas. Destaca la “Ruta de las misiones”, ubicada en el norte del país, pero en todo el territorio existe un gran número de emprendimientos (MORA BRAVO, 2016, p. 31).

Paraguay también es un país que ha estructurado y organizado su turismo rural, sus inicios se enmarcan en 1997, contando con 71 granjas adscritas al turismo rural comunitario, 21 estancias y 12 Parques y Reservas con infraestructura turística (MORA BRAVO, 2016, p. 31).

En Uruguay, según Alicia Morales, vicepresidenta de la Sociedad Uruguaya de Turismo Rural (“SUTUR”) en ese país se encuentran registrados unos 100 establecimientos que realizan turismo rural, la presencia de esta modalidad de turismo se dio en todo el país, aun cuando hay una mayor concentración en Colonia, oeste de Montevideo, Maldonado, Lavalleja y Rocha (MORA BRAVO, 2016, p. 31).

En Colombia, el turismo rural fue conocido al igual que en el resto de Latinoamérica. Alrededor de las décadas de 1980 y 1990, esta actividad contribuyó con el 2.3% del PIB del país, presentando en el 2004 un mayor crecimiento motivado por la política de seguridad ciudadana y las caravanas turísticas. Su biodiversidad, riquezas culturales y arquitectónicas, le han posicionado como uno de

los destinos turísticos del MERCOSUR. La experiencia exitosa del Eje Cafetero, tras la declaración del paisaje cultural cafetero como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 2011, Risaralda, Quindío y Caldas, han adquirido interés internacional (MORA BRAVO, 2016, p. 31).

En el Amazonas, conocido como “El pulmón del mundo”, también se encuentra otra experiencia exitosa de turismo rural comunitario en sus reservas y parques, destacándose la iniciativa de la Reserva Natural Omagua, enmarcada dentro de los negocios verdes y biocomercio. También está la experiencia de Vaupés, con la creación de la unidad productiva “Etno- parque fuente de vida y encanto natural” (MORA BRAVO, 2016, p. 32).

Por su parte, en Centro América, todos los países han incursionado con esta alternativa de turismo, buscando un posicionamiento estratégico y Costa Rica lo ha logrado, mientras en El Salvador el apoyo estatal y privado les ha permitido incursionar y lograr aciertos. En Guatemala el turismo rural tuvo sus inicios en la década de los 80, y representa para ese país el segundo generador de divisas y en los últimos 15 años el crecimiento ha sido constante (MORA BRAVO, 2016, p. 28).

En Honduras, al igual que la mayor parte de países del continente americano, se considera prioritario establecer políticas, planes y programas que intensifiquen este renglón de la economía, ya que hasta lo que iba del año 2016, a pesar de su riqueza cultural. no se había posicionado (MORA BRAVO, 2016, p. 28).

En Nicaragua, el turismo rural poco a poco ha venido creciendo, tanto así que en el 2014 el 11% de los turistas que tienen como destino Nicaragua visitan destinos de turismo rural comunitario (El Turismo en Nicaragua, 2016; citado por MORA BRAVO, 2016, p. 28).

Y en nuestro país, Panamá; no fue hasta el 13 de abril de 2007 que el Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA) y la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP) firmaron el Acuerdo Interinstitucional de Cooperación en materia de Agroturismo, para desarrollar esta modalidad turística. De tal acuerdo, surge el Proyecto “Fortalecimiento del Desarrollo Rural por medio del Agroturismo (ProAgroTur)”; de la cual 140 fincas ya han sido acreditadas como agroturísticas, pero actualmente solo operan 50 de ellas, ya que, durante el año 2017, se encontraban aun esperando el visto bueno de la Autoridad de Turismo.

Muy a pesar de los atrasos por asuntos políticos, esta actividad se ha visto favorecida, en vista de que Panamá es considerado uno de los destinos turísticos más atractivos de la región; y específicamente el distrito de Renacimiento, poseedor de grandes potencias en biodiversidad y con rasgos de una problemática socio económica propia de la región, se percibe el turismo rural como una estrategia de desarrollo socio económica y ambiental, sobre todo para las comunidades más deprimidas. En el caso exclusivo de Renacimiento, se encuentra la Finca Hartmann, finca de café de exportación de excelente calidad, la que ofrece a sus turistas el “Ojo de Agua Lodge”, el cual es un hostel con necesidades básicas, pero con atractivos turísticos tanto rurales, científicos y de observación de aves; permite al turista participar en la recolección y selección del café, y cata de café procesado.

Al analizar la bibliografía consultada, se puede observar que, en los escenarios internacionales, las iniciativas de esta actividad para el fortalecimiento económico y la conservación del medio ambiente y la cultura han surgido a través de propuestas y proyectos que buscan su posicionamiento; y, además, existen entidades gubernamentales, privadas y ONG’s encargadas de difundirlas.

El análisis también deja ver que la ruralidad está alcanzando la importancia que requiere la evolución de las dinámicas territoriales y la generación de conciencia para la preservación del medio ambiente, la cultura y el desarrollo endógeno de las comunidades rurales. Sin embargo, la integración de las entidades gubernamentales y el concurso, tanto de las organizaciones privadas y la comunidad en general, son indispensables.

Para posesionar el turismo rural como eje generador de desarrollo en el distrito de Renacimiento, se requiere de una política con lineamientos que brinden respuestas a las necesidades de las comunidades, a corto, mediano y largo plazo, las cuales deben estar estructuradas bajo una visión que garantice sostenibilidad de los proyectos de desarrollo.

2.2. TURISMO RURAL COMUNITARIO

El turismo rural comunitario siempre ha sido una actividad dinamizadora de la economía; pero no es hasta mediados del siglo XX que logra insertarse en la economía mundial como una estrategia de desarrollo apoyada en las políticas que tenían como objetivo promover el desarrollo de las áreas rurales más atrasadas, en las regiones de bajos ingresos que habían sido excluidas del adelanto económico mundial, como es el caso del distrito de Renacimiento.

Es así como nace el turismo rural comunitario, iniciando con la necesidad de preservar los recursos naturales a través del planteamiento de acciones educativas para concienciar a la ciudadanía, de acuerdo a lo dispuesto con la Declaración de Estocolmo de 1972; con la Declaración de Manila de 1980, que incorpora el término de “turismo alternativo”; con el informe Brundlandt de 1987, donde se perfilan las condiciones con las que se debe cumplir esta tipología; y con la histórica cumbre de Río de Janeiro de 1992. Pero la verdadera consolidación de las condiciones e ideas sobre el turismo

rural comunitario y sostenible reposan en el Documento de Lanzarote sobre la Conferencia Mundial de Turismo, celebrada en 1995; y en ese mismo año se celebra la Reunión de Verona, en donde se expone el documento titulado “Turismo responsable”, y se expide la Carta de Identidad para los viajes sostenibles (MORA HERNÁNDEZ, 2013, p. 22). Años después se celebra la Cumbre de Johannesburgo en 2002, siendo esta un nuevo intento de Naciones Unidas en el comienzo del nuevo milenio, de avanzar en el compromiso de los Estados y la comunidad mundial en los grandes cambios del siglo XXI.

El llamado de las Naciones Unidas fue ambicioso, debido a que se invitó a los Estados, a la sociedad civil y a los ciudadanos del mundo a “sentar bases de prosperidad, paz y sustentabilidad” (OPS, 2011), incluyendo tres temas en el orden del día:

1. El fortalecimiento de los compromisos políticos en favor del desarrollo sustentable.
2. El balance de los avances y las dificultades vinculados a su implementación.
3. Las respuestas a los nuevos desafíos emergentes de la sociedad.

Dos cuestiones, íntimamente ligadas, constituyeron el eje central de la cumbre:

- Una economía ecológica con vistas a la sustentabilidad y la erradicación de la pobreza.
- La creación de un marco institucional para el desarrollo sustentable.

Desde esa perspectiva, y debido a los cambios en los comportamientos de los turistas, el turismo se ha perfilado como un sector clave en el desarrollo de la comunidad mundial, por su relación directa con los demás sectores de la economía e influenciada por el ambiente, la sociedad, los avances y desarrollos tecnológicos, la política y otros aspectos del devenir económico y social.

Así, cobra fuerzas el “Turismo rural comunitario”, el cual según GASCÓN (2011) conlleva el tipo de turismo desarrollado en zonas rurales en el que la población local, a través de distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel protagónico en su desarrollo, gestión y control, ofreciendo actividades respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad son repartidos de forma equitativa.

Cómo puede observarse, el turismo rural comunitario se fundamenta en la relación del cliente o turista, los pobladores, el entorno natural y los procesos culturales de una comunidad. Es preciso iniciar por el reconocimiento de la ruralidad, espacio para el cual se busca, a través de este trabajo, plantear una estrategia turística en el área rural del distrito de Renacimiento.

La búsqueda permanente de alcanzar el desarrollo llevó a las instituciones a reflexionar sobre el proceso de desarrollo a favor del campo, basadas en la evolución del concepto de lo rural y el análisis integral de los territorios. Esta nueva ruralidad replantea la visión, los principios y las medidas de los procesos de desarrollo en el ámbito rural (PÉREZ E., 2011; citado por MORA BRAVO, 2016, p. 19).

El Instituto Interamericano de Comunidad Agraria (IICA), en su documento “Nueva ruralidad 2000,” (IICA, 2000, p. 15) expone que las realidades en las Américas no se deben soslayar y los acuerdos y voluntad política no se pueden desconocer, por lo que es importante crear formas innovadoras de desarrollo sostenible en el marco de la democracia representativa y participativa; y con base en ello, se define el desarrollo rural sostenible como “el proceso de transformación de las

sociedades rurales y sus unidades territoriales, focalizado en las personas, participativo, con políticas específicas dirigidas a la superación de los desajustes sociales, económicos, institucionales, ecológicos y de género que busca ampliar las oportunidades de desarrollo humano” (MORA BRAVO, 2016, p. 19).

Esto supone un ajuste entre los objetivos sociales y humanos, los medios disponibles y la posibilidad del cálculo económico, teniendo en cuenta especificidades y valoraciones características en la diversidad de los territorios rurales (PÉREZ E., 2011; citado por MORA BRAVO, 2016, p. 20).

En base a los conceptos antes expuestos, ORTÍZ (et. al., 2004) indica que el presente exige lecturas más integrales y comprensivas de los territorios rurales, por lo que surgen concepciones frescas que conciben lo rural como espacios territoriales que van más allá de lo agropecuario, teniendo en cuenta que el medio rural se enfrenta a una agricultura cuyo papel en el conjunto de la actividad económica se hubiera visto considerablemente modificado en los últimos años.

El sistema de agricultura hasta ahora dominante ha perdido poco a poco validez, surgiendo así nuevas funciones como consecuencia de las demandas que se plantean en las sociedades contemporáneas, dando lugar a otros procesos de reestructuración socioeconómica de las zonas rurales donde se privilegia la multifuncionalidad de los espacios territoriales; denominando así el “Enfoque Territorial del Desarrollo Rural” (Desarrollo Rural Económico y Territorial, DRET), que SCHEJTMAN y BERDEGUÉ (2004; citado por ARCOS D., 2009, p. 9), resumen en el concepto de Desarrollo Territorial Rural (DTR) y lo definen como un “proceso de transformación productiva e institucional en un espacio rural determinado, cuyo fin es reducir la pobreza rural”.

El autor ROJAS L. (2008) admite que la nueva ruralidad amplía el concepto de agricultura y las dimensiones del medio rural, por cuanto acentúa la interacción urbano-rurales, el empleo rural proveniente de actividades no agrícolas, la provisión de servicios ambientales, las certificaciones agroambientales o “Sellos verdes”, los pueblos como centro de servicios, la acción participativa de la comunidad y las organizaciones sociales, así como la diversidad cultural como patrimonio; resumiéndose en la interrelación de las dimensiones territoriales como eje de desarrollo rural.

El autor NOGAR (2008) explica que los espacios rurales no son sólo donde se presentan acciones, sino que también se han convertido en cosa consumible: el consumo del espacio rural como espacio en sí; por lo tanto, los espacios rurales presentan una serie de nuevos productos y servicios que se convierten en alternativa productiva y de desarrollo (PÉREZ S. , 2010).

La aproximación a la ruralidad, desde una perspectiva de territorio, de las interrelaciones rural-urbano y de la variedad de opciones que oferta, tanto en el sector agrícola como en el no agrícola, proporciona variadas oportunidades para contribuir al desarrollo (IICA, 2000), por lo que el reto implica en realizar cambios en la institucionalidad de la agricultura y de lo rural, lo que conduce a percibir alternativas de desarrollo, las cuales pueden potencializarse en el distrito de Renacimiento.

El turismo rural comunitario se presenta como uno de los principales sistemas productivos alternativos, que oferta gran variedad de servicios generadores de ingresos, por lo que es una opción complementaria a la actividad agrícola, que gana competitividad cuando es la familia rural la emprendedora, involucrando valores territoriales materiales e inmateriales (MORA BRAVO, 2016, p. 21).

Al desarrollarse el turismo rural, surge la importancia del territorio, definido como “...el producto de una construcción social a través del tiempo en un espacio físico, en donde la identidad se convierte en la estructura de un capital (comprendido por variables de tipo: natural, físico y social) inherentes a cada territorio, y la base de un sentido de propósito de desarrollo concertado y compartido por agentes públicos y privados” (MORA BRAVO, 2016, p. 22).

Por su parte, RODRÍGUEZ-POSE (2001; citado por PÉREZ S. , 2010) afirma que el capital rural es el potencial endógeno de desarrollo en un territorio, definido por características propias, ya sean de tipo natural, físicas y sociales, siendo la base de los procesos productivos en los espacios rurales, por ser el principal proveedor de bienes y servicios; por lo que se puede ver como un activo patrimonial territorial. La especificidad del capital rural de un territorio brinda el carácter de multifuncional único de cada territorio, que se refleja en las cuatro dimensiones básicas que ordenan el planteamiento de desarrollo sostenible de la agricultura: la ambiental, la social, la económica y la Político-institucional (PÉREZ S. , 2010).

“La capacidad de generar múltiples actividades en un territorio se da por las características del capital rural y conduce su potencial productivo a convertirse en el sustento de la diversificación de las actividades rurales agrícolas tradicionales” (PÉREZ S. , 2010). En este sentido, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2000, p. 1) define, en su concepción amplia, territorial y multisectorial, una gran variedad de actividades en un “territorio” rural: agropecuarias, forestales, pesqueras, agroindustriales y agroalimentarias, así como también en las áreas de educación y salud, mejoramiento infraestructural, transportes, actividades financieras, minería, energía, turismo, entre otras, concluyéndose todas como una especie de “pluriactividad rural”.

El autor BARRERA (2007) presenta un nuevo modelo de la función productiva tradicional del campo por dos causas: diversificación del riesgo y necesidad de generar ingresos rurales adicionales no agrícolas, señalando algunas actividades en el marco de la diversificación rural que, en Europa, donde nace el modelo de la multifuncionalidad, ya se ha estado realizando:

- Actividades semi agrícolas, especialmente la venta de productos agrícolas en la finca y con diversos grados de transformación o valor agregado.
- Recreación y turismo, basados en los recursos del establecimiento: agroturismo, camping, sistemas de alojamiento en granjas, museos, pesca, granjas educativas, etc.
- Acuerdos de cooperación con instituciones para el mantenimiento del medio ambiente, estaciones de energía eólica, entre otras.
- Otras actividades económicas que producen autoempleo al propietario de la granja o finca convirtiendo en agricultor por tiempo.

En cuanto a estas diversificaciones, PÉREZ S. (2010) concluye que lo que se extrae de los procesos de diversificación es que se puede interactuar de forma competitiva y sustentablemente la economía de un territorio con la dinámica de otros mercados, introduciendo innovaciones que conduzcan a alcanzar una alternativa de desarrollo sostenible y tangible.

Por otro lado, la identidad territorial puede considerarse como un insumo base del turismo rural si se tiene en cuenta que poseen valores y comportamientos de una comunidad y parten de un proceso de tejido social en el que la identidad se presenta como su mayor componente (MORA BRAVO, 2016).

Por su parte, el autor DEBUYST (2009; citado por PÉREZ S., 2010) argumenta que el territorio es una esencia de identidad inmerso en la comunidad en un medio social rural o urbano, la nación y corresponde al devenir cotidiano representado con un dominio más o menos fuerte. Esto quiere decir que la identidad se encuentra en los contextos locales de cada territorio, desde su fundación como comunidad identificación que sirve para diferenciarse.

Con la aparición de la globalización, la identidad de los pueblos ha sufrido aculturaciones que se presentan especialmente en las ciudades en donde el desarrollo de los sistemas de información e intercambio cultural permanente ejercen gran influencia, por lo lleva a una forma de reconfiguración de los territorios, pero las comunidades rurales siguen manteniendo con mayor fortaleza sus propias identidades (MORA BRAVO, 2016, p. 24).

Ante este fenómeno PÉREZ S. (2010) señala que se deben fortalecer los valores que identifican a la comunidad, ya que éstos pueden convertirse en un factor de desarrollo endógeno, que se convertiría en una fuente de procesos de diferenciación productiva y estos en una marca distintiva de un territorio.

Esta identidad se presenta como fortaleza en el distrito de Renacimiento, debido al arraigo de su cultura y costumbres, las que se convierten en valores autóctonos de la zona y en insumo básico para el turismo rural.

Por otra parte, el autor (ZAMORANO CASAL, 2007, p. 253 y 254) manifiesta que esta modalidad de turismo necesita de una visión nueva de estructura y concepción de la actividad turística, que

conlleve a una adecuada organización y gestión de los procesos para la prestación del servicio, a través de los siguientes factores:

- Necesidad de consenso y participación de la comunidad rural para la conservación y el desarrollo de los recursos turísticos ya que la aceptación de la comunidad es necesaria para el desarrollo del turismo en su territorio.
- Capacitación del personal que se encuentra involucrado en la gestión, comercialización y prestación de los servicios.
- Gestión y promoción de inversiones y los productos turísticos, que conlleve a acciones coordinadas e interrelacionadas, en lo referente a la promoción, coordinación y gestión de la oferta de alojamiento y actividades inherentes de esta alternativa turística.
- Concertación de la administración (municipal) para definir y ejecutar una política específica sobre turismo en el espacio rural.

Según diferentes artículos periodísticos y de revistas de turismo, el sector turístico, tan solo en el año 2019 (el mejor año en la industria turística antes del Covid-19), aportó 9,6 billones de dólares a nivel mundial (GÓMEZ B., 2022); y había empleado a 3,046 millones de personas al final de dicho año, lo que representa un 3,8% más que el año anterior, de los que 2,677 millones de que estaban ocupados, y los 369.000 restantes, en paro (HOSTELTUR ECONOMÍA, 2020)

Lo anterior permite concluir que la comunidad mundial ha incorporado dentro de sus hábitos de viaje una relación con el entorno e intercambiar con los habitantes locales para descubrir una cultura diferente, un modo de vida distinto, comer platos locales e incluso experimentar otras costumbres.

2.3. GLOBALIZACIÓN Y NUEVA RURALIDAD

Según análisis realizado por la autora HUERTAS CARDOZO (2015, p. 47), las transformaciones generadas a partir del proceso de globalización han traído consigo cambios en las economías y hábitos o costumbres de la población en general. Desde la primera mitad de 1990, aparecen estudios y documentos que hablan sobre la “nueva ruralidad” reformando el concepto de “lo rural” y asociando directamente a las actividades agrícolas; sin embargo, la realidad es que “no ha cambiado nada ya que persisten los problemas de pobreza, violencia, desigualdad, injusticia, exclusión social y demás” (KAY, 2009).

La nueva ruralidad hace énfasis en la multifuncionalidad de las áreas rurales: valorando el paisaje natural como espacio para el ocio y reconociendo la importancia tanto de los recursos naturales que allí se concentran como de los servicios ambientales que se pueden ofertar para dinamizar la economía y así, construir un desarrollo más sostenible (HUERTAS y JIMÉNEZ, 2013), en el que el espacio rural tiene la exigencia de integrarse en una dimensión internacional, siendo necesario el compromiso de todos los implicados en el proceso (ANDRÉS, 2014).

De acuerdo con el análisis realizado por KAY (2009) en su artículo, diversos autores como GRAMMONT (2004), ECHEVERRI (2003), CABALLERO (2001) y FAVARETO (2006) han contribuido con publicaciones en cuanto al tema de la nueva ruralidad. Para ello, han analizado, en sus interpretaciones, las transformaciones de la globalización neoliberal, destacando ciertos problemas que otras aproximaciones no han hecho (actividades rurales, empleos no agrícolas y pluriactividad y multifuncionalidad). Otros interpretan la ruralidad como una manera para repensar el desarrollo rural a través de una serie de metas para lograr reducir la pobreza, preservar la sustentabilidad ambiental, buscar la equidad de género, facilitar la descentralización y la

participación social; en otras palabras, se piensa este nuevo concepto como medio para la revalorización de las zonas rurales, su cultura y su gente, para así superar la división rural-urbana (KAY, 2009).

Están otros autores que analizan la dicotomía entre lo urbano-rural, como lo es un análisis realizado por el PNUD (2011, p. 27), en donde ya no se argumentan las connotaciones geográficas y sociales que poseía anteriormente, ya no es posible subvalorar lo rural frente a lo urbano, sino que ambos se complementan y están cada vez más integrados a través del transporte, comercio, turismo, y otros servicios. De igual forma los avances en la ciencia y en la tecnología permean la vida, las costumbres, las actividades productivas y los recursos naturales de las comunidades rurales.

La globalización ha hecho que la agricultura, típica actividad de las áreas rurales, se vea sometida a presiones competitivas, trayendo como consecuencia el empeoramiento de las condiciones de trabajo rural (trabajo temporal y flexible); el rápido incremento de las exportaciones de productos del campo (flores, frutas, hortalizas) han creado oportunidades de trabajo para las mujeres, quienes parecen estar más dispuestas a aceptar trabajos temporales, menor paga que los hombres, y están menos dispuestas a unirse a sindicatos laborales (HUERTAS CARDOZO, 2015).

Asimismo, en el territorio rural se ha ampliado la oferta de bienes y servicios los cuales han traído una nueva dinámica para la economía rural. Esta nueva ruralidad (denominada como “neo” ruralidad por (HUERTAS CARDOZO (2015) en sus argumentos) que parece haber superado lo agrario, ha ampliado el número de personas que pertenecen a la población rural, reconociendo tanto campesinos, como mineros, pescadores, artesanos, grupos étnicos, empresarios agrícolas, los

dedicados al sector servicios e incorporando la variable de equidad de género como elemento fundamental, para entender e intervenir en el mundo rural.

De esta manera, el concepto de “lo rural” es una noción compleja tanto como son el desarrollo rural, los fenómenos sociales y económicos que figuran en él (GALLARDO-COBOS & R., 2010), por tanto, debe ser concebido desde diferentes dimensiones, para entender tanto “la gran diversidad de realidades que pueden producirse, no solo entre los países que lo conforman sino también al interior de ellos” (JIMÉNEZ & HUERTAS, 2013), como la integralidad que suponen las facetas económicas, sociales, políticas, institucionales y ambientales, que pueden confluir en su territorio.

En consecuencia, la nueva definición de “lo rural” implica la unión de un espacio geográfico y entidades socioeconómicas, entendiéndose como el conjunto de regiones en las que se sitúan poblaciones (personas y sus instituciones público-privadas) para desarrollar una gran diversidad de actividades como agricultura, comercio, servicios, ganadería, pesca, minería, turismo, extracción de recursos naturales (HUERTAS CARDOZO, 2015).

Así, “lo rural trasciende lo agrario” (FARAH & PÉREZ, 2003) y por tanto requiere de políticas públicas integradoras e incluyentes para toda esta población.

Es importante analizar la definición de (PÉREZ E. , 2001) quien define lo rural como:

La complejidad que resulta de las relaciones entre cuatro componentes: el territorio como fuente de recursos naturales, soporte de actividades económicas y escenario de intercambios e identidades políticas y culturales; la población que vive su vida vinculada a los recursos naturales y la tierra y que comparte un cierto modelo cultural; los asentamientos que establecen relaciones entre sí mismos y con el exterior, a través del intercambio de personas, mercancías e información, y las instituciones públicas y privadas que confieren el marco dentro del cual funciona todo el sistema.

Analizando los diferentes conceptos relacionados con el mundo de la ruralidad, tanto esbozados en páginas anteriores, como los que se puedan consultar en cualquier fuente bibliográfica, son complejos y deben considerar las facetas económicas, sociales, políticas, institucionales y ambientales dándoles un carácter multidimensional e integral -al mismo tiempo- sin olvidar su visión territorial (HUERTAS CARDOZO, 2015). Es un proceso de transformación de las sociedades rurales, que debe ir de la mano del Estado.

Lo anterior, significa que es imperativo brindar la importancia que lo rural tiene para la economía. El desarrollo rural reclama políticas, planes y programas con una visión de territorio heterogéneo en lo geográfico, cultural económico; de allí la necesidad de políticas diferenciadas en las que participen las comunidades, que comprende transformaciones de las instituciones y las personas, para la concertación y la búsqueda del bien común, buscando la revalorización de lo rural, la superación de los conflictos sociopolíticos y el bienestar general de las sociedades rurales.

La nueva ruralidad está unida con procesos de democratización local que valore los recursos propios (humanos y recursos naturales), con una visión de lo regional (en las dimensiones económica, política, social y cultural) buscando la sostenibilidad, y que solo pueden lograrse en el largo plazo (HUERTAS CARDOZO, 2015).

2.4. DESARROLLO LOCAL

2.4.1. Conceptos y definiciones

Para definir el concepto de desarrollo local, se tiene la definición de CARVAJAL BURBANO (2009), quien la explica de la siguiente manera:

“un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica. Es una apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y equitativo repensando las potencialidades del territorio y la sociedad local.”

Se tienen otras definiciones, una más técnicas que otras, como las de GALLICCIO (2004, p. 1), quien expresa que “...no son ni una moda, ni un paradigma, ni una panacea. Su gran potencialidad radica en que representan una estrategia diferente para el desarrollo”.

El autor VELÁSQUEZ (1998), alude al desarrollo local como:

“...ese conjunto de procesos económicos, sociales, culturales, políticos y territoriales a través de los cuales una comunidad, a partir de sus propias potencialidades y de las oportunidades que le brinda el entorno, accede al bienestar, sin exclusiones ni discriminaciones, y garantiza las condiciones para que futuras generaciones también puedan hacerlo.”

La anterior definición, permite dimensionar la construcción de una perspectiva latinoamericana de desarrollo en cuatro dimensiones: “la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica” (CARVAJAL BURBANO, 2011, p. 64). La dinámica territorial y la orientación democrática que se le impriman al proceso dependerán de la capacidad de concertación de los actores locales.

En otro análisis que hace CARVAJAL BURBANO (2011, p. 64) de algunos autores en cuanto a este tema, explica que el desarrollo local es, ante todo, una organización a construir, con la ayuda de la información que relaciona a actores públicos y privados, comprometidos en una dinámica común para un proyecto territorial; es una acción global de movilización de los actores locales, con el fin de valorizar los recursos humanos y materiales de un territorio manteniendo una negociación

o diálogo con los centros de decisión económicos, sociales y políticos en donde se integran y de los que dependen.

De esta manera, el citado autor da a entender el concepto de desarrollo local/rural como "un proceso localizado de cambio social y crecimiento económico sostenible, que tiene por finalidad el progreso permanente de la comunidad y de cada individuo integrado en ella" (VALCÁRCEL-RESALT, 1999, p. 63). Como conclusión entonces, el desarrollo local es "aquel proceso de mejora de las condiciones de vida en un territorio concreto, asumido y protagonizado por la población local" (CARVAJAL BURBANO, 2011, p. 64).

En cuanto a la región, los citados autores Gallicchio y Carrizo expresan que el desarrollo local está de moda en América Latina.

"Diversas personas, instituciones y gobiernos con muy diferentes características lo nombran como uno de los principales temas de sus agendas. Sin embargo, parece que el desarrollo local y la descentralización son usados por los actores con diferentes objetivos y contenidos".

...

Desde nuestro punto de vista, el desarrollo local y la descentralización son a la vez estrategias e instrumentos de desarrollo local y la descentralización son a la vez estrategias e instrumentos de desarrollo. No son ni una moda, ni un paradigma, ni una panacea. Su gran potencialidad radica en que representan una estrategia diferente para el desarrollo.

(GALLICCHIO y CARRIZO, 2006, p. 11)

2.4.2. Diferentes versiones de desarrollo local

Siguiendo con el tema de desarrollo local, ante el concepto definido de este término por los autores Gallicchio y Carrizo, por una iniciativa solamente del autor GALLICCHIO (2004, pp. 60-62), se presentan seis versiones del desarrollo local, las que se explican a continuación:

1. **Desarrollo local como participación:** debe tener en cuenta que a esta altura de los procesos la participación es cada vez más pragmática, y asociada a la obtención de recursos y voluntades políticas para llevar adelante las propuestas generadas por la población.
2. **La visión neoliberal del desarrollo local:** los amplísimos procesos de desarrollo local llevados adelante en la década del '90 especialmente en países como Argentina, Perú, Bolivia y casi toda América Central, han estado teñidos de una lógica de desarticulación del Estado Nacional y un traslado de Competencias, de forma más o menos difusa, a los gobiernos y actores locales. La descentralización, en su visión más instrumental y menos política operó como agenda de los organismos multilaterales, como un elemento central de todo su accionar.
3. **Desarrollo local como municipalismo:** una tercera visión asoció el desarrollo local al municipalismo. En el mismo contexto, se hacía necesario fortalecer los municipios en un nuevo rol, como actores de desarrollo y no ya como meros prestadores de servicios. En ese sentido, y asociado a fuertes procesos de descentralización, se generó una visión de que el desarrollo local pasaba por el desarrollo municipal. Si había un buen municipio, necesariamente iba a haber buen desarrollo local. Esta visión falló en el sentido de que no tuvo la suficiente visión como para entender que la nueva gobernanza implica incorporar una multiplicidad de actores a ámbitos donde se toman decisiones. En general, y en los pocos casos en los que se fue eficaz en mejorar la gestión municipal, nunca se mejoró la gestión social del municipio y su capacidad de interlocución social con otros actores.
4. **Desarrollo local como desarrollo económico local:** una tendencia muy fuerte ha visto al desarrollo local exclusivamente en su dimensión económica. El supuesto básico era que el problema de estas sociedades era de carácter económico, y que las sociedades locales carecían del dinamismo necesario para encarar otras fases del desarrollo.

- 5. Desarrollo local como ordenamiento territorial:** más recientemente, también impulsado desde la cooperación europea, se ha generado un accionar de proyectos de ordenamiento territorial como la nueva panacea para el desarrollo local. En general se parte del supuesto de que el territorio no está lo suficientemente ordenado para generar un nuevo modelo de desarrollo y, en distintas modalidades, se promueve una estrategia de construcción de una visión estratégica del territorio que termina pretendiendo promover procesos de desarrollo local mucho más que procesos de ordenamiento del territorio en sentido estricto. Aquí se da un fuerte choque de predominios y lógicas profesionales, que hacen que frecuentemente se observe que bajo el rótulo del ordenamiento territorial se esté dando un salto hacia una predominancia del urbanismo en los procesos de desarrollo local.
- 6. Desarrollo local como forma de análisis social:** se trata de una visión más "neutra" del desarrollo local, en el sentido de que lo ve más como una herramienta de análisis que como un instrumento de cambio social. Es así como este enfoque lo ubica en una dimensión analítico-metodológica, como herramienta definida por un conjunto de variables e indicadores. Diversos estudios se ubican en esta dimensión, sobre todo a partir de la utilización intensiva de sistemas de información geográficos. Estos estudios adoptan, finalmente, un carácter mucho más descriptivo que de herramientas para la acción.

Si se pudiera concluir generalmente lo que se ha analizado de los diversos autores, en relación con el concepto de desarrollo local, se pudieran mostrar las conclusiones al respecto esbozadas por CARVAJAL BURBANO (2011, p. 72), siendo las siguientes:

- El desarrollo local es un proceso de concertación entre los agentes -sectores y fuerzas- que interactúan en un territorio determinado, para impulsar la participación permanente, creadora y responsable de ciudadanos y ciudadanas en un proyecto común de desarrollo que implica la

generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial.

- El desarrollo local sirve para impulsar, con la participación permanente, creadora y responsable de sus ciudadanos.
- El desarrollo local es un proyecto común de desarrollo,
- El desarrollo local implica la generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial.
- El desarrollo local tiene como fin- elevar la calidad de vida de cada familia, ciudadano y ciudadana que vive en ese territorio, - contribuir al desarrollo del país, - y enfrentar adecuadamente los retos de la globalización y las transformaciones de la economía internacional.

Por lo tanto, según los autores GALLICCHIO y CARRIZO (2006, p. 33), esbozan que el desarrollo local implica lo siguiente:

- Una visión de mediano y largo plazo, que establezca el punto de llegada y el horizonte que determina y da sentido a las acciones del corto plazo y que permita avanzar de manera gradual.
- La concertación de los agentes locales con agentes regionales, nacionales e internacionales.
- La construcción de un nuevo Estado democrático y descentralizado.
- Una nueva manera de comprender y construir cada país. Por una parte, se hace visible el territorio completo, todas sus regiones, municipios y comunidades, no sólo como «problemas» o como «fuentes de diversas demandas», sino también y principalmente como sujetos y generadores de democracia y desarrollo.
- El reconocimiento de que la realidad es diversa. Se recupera el valor de las particularidades, potencialidades e identidades territoriales. El desarrollo local se vuelve un instrumento

necesario en la gestión de la diferencia. Los procesos regionales y locales, con sus diferencias, pueden y deben ser motor del desarrollo nacional.

- Los municipios se ven como fuente de procesos y recursos que, si se generan las condiciones apropiadas, pueden contribuir al desarrollo nacional.

Entre otros autores expertos en el tema, se tiene a AROCENA (2002), que va más allá en torno a la teorización del desarrollo local, después de analizar las diferentes corrientes de pensamiento del tema, por lo que explica su concluyente versión de desarrollo local, en los siguientes párrafos:

No hay una teoría sobre el desarrollo local, sino teorías sobre el desarrollo que difieren entre ellas en la forma de considerar lo local. Así, para el evolucionismo, lo local es un principio negativo y de resistencia, bien diferenciado de lo global, portador de progreso.

...

Según el historicismo, lo local es una entidad específica que hay que desarrollar contra lo global, portador de uniformidad. En el estructuralismo, lo local es un lugar de reproducción de las grandes contradicciones que atraviesan lo global. (AROCENA, 2002, p. 68)

En el estudio de lo local hay que dejar de lado la aproximación nostálgica de rescate de una identidad perdida, como el enfoque evolucionista que reduce lo local a un factor de resistencia al cambio, como la concepción estructuralista que considera lo local como un simple lugar de reproducción de las contradicciones del sistema. Intentar una aproximación a lo local supone una visión compleja del hecho social, más allá de las trampas reduccionistas del evolucionismo, del historicismo y del estructuralismo. (AROCENA, 2002, p. 85)

En esta propuesta analítica, el desarrollo es un proceso complejo, cuya comprensión exige la consideración de los tres niveles de análisis. Para que haya desarrollo, según AROCENA (2002, p. 90) es necesario al mismo tiempo:

- Una búsqueda de lo específico en la historia local
- Una acción lucida dentro de una determinada lógica sistémica,
- Una acción sobre los sistemas de representación colectivos.

Otro análisis concluyente de otros autores para el concepto de desarrollo local es el aportado por los autores DELGADO GARCÍA y GARAY (1989), en donde expresan lo siguiente:

"...es un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica. Es una apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y equitativo repensando las potencialidades del territorio y la sociedad local".

A lo que CARVAJAL BURBANO (2011, p. 90), concluye con lo que él considera son algunos elementos fundamentales para caracterizar el desarrollo local, los que señala son:

- La relación local-global.
- La importancia del territorio.
- La centralidad del sujeto.
- Construcción y reconstrucción del tejido social/ Su carácter de desarrollo humano/ Su papel en la constitución de sujetos sociales y políticos.
- Visión como proceso.
- Su carácter participativo.
- Su carácter planificado.
- Integral (económico, social, político, cultural y ambiental).
- Sostenibilidad: el desarrollo local es otra alternativa de desarrollo, que resitúa y valoriza lo local, lo específico, en una época de globalización.

2.4.3. Contribución del Turismo al Desarrollo Local

El turismo es una actividad que puede considerarse desde varias perspectivas, según una conclusión propia de VARISCO (2007), de la cual se van a citar dos para el desarrollo de este punto:

- la diversidad de actores que intervienen en él; y,

- la complejidad de los impactos que produce.

Por lo tanto, “para analizar la contribución del turismo al desarrollo local, es necesario identificar las formas en que estos aspectos se presentan en un territorio, y las interrelaciones que se producen” (VARISCO, 2007).

Si seguimos analizando a VARISCO (2007), la misma señala que los actores de la actividad turística son los turistas, los residentes de la localidad turística, y el sector productivo conformado tanto por las empresas y las instituciones del sector público y privado. Algunos de estos actores dentro del sistema desempeñan diferentes roles; como el caso de los empresarios los que también son residentes, de la misma manera como los dirigentes de las instituciones son por lo general empresarios del sector. Varisco aduce que, dependiendo de la teoría del desarrollo local, la localidad turística puede considerarse como actor, siempre y cuando “no se lo refiera exclusivamente a los recursos naturales o la infraestructura, sino a las complejas relaciones que el resto de los actores produce en su interacción, y que determina una identidad local VARISCO (2007).

Mientras los turistas provienen de otros centros emisores, y los residentes conforman la comunidad anfitriona, los otros subsistemas pueden tener su centro de actividad e interés tanto en el territorio como fuera de él (VARISCO, 2007). Los efectos positivos o negativos se producen según la actividad y poder relativo de estos actores, en donde la relación pareciera ser recíproca, pero en el contexto económico repercute obviamente en la actividad a través de las políticas macroeconómicas, y el turismo produce a su vez impactos económicos, como generación de ingresos y divisas, empleos, redistribución de riqueza, impacto en el presupuesto público, etc.

El turismo produce impactos socioculturales al ponerse en contacto las personas provenientes de ámbitos diferentes y al ofrecer el patrimonio cultural, material o inmaterial, como fuente de recursos turísticos. También los recursos naturales forman parte de la materia prima del turismo, por lo que el impacto ambiental, puede ser positivo, negativo o neutro (VARISCO, 2007).

También, existe una interrelación con el contexto político, conforme al lugar que la actividad ocupe en este espacio (VARISCO, 2007). Entonces podemos ver claramente que, desde la política pública, el turismo aparece cada vez más como opción de desarrollo local en niveles municipales, regionales, provinciales y nacionales.

Entonces podemos afirmar que, en efecto, hay una relación muy estrecha entre turismo y desarrollo, cuya causa principal se debe a los beneficios económicos del turismo, en la generación de ingresos, la generación de empleo y la captación de divisas. El turismo contribuye con el Producto Interno Bruto (PIB) por el gasto que los turistas realizan en un destino, además de por las inversiones en infraestructura y equipamiento.

Por ejemplo, en la etapa inicial del desarrollo turístico, la inversión en alojamientos y otros servicios, estimula la construcción y todas sus actividades derivadas; y cuando un destino se consolida, la generación de ingresos más importante es la que proviene de los gastos en consumo de los turistas, lo que significa inyección de ingresos. Este impacto produce un efecto multiplicador que el gasto inicial tiene en la economía al distribuirse entre diferentes sectores (VARISCO, 2007).

Por tanto, “la contribución del turismo al proceso de desarrollo local depende de la conformación de un sistema productivo local turístico” (VARISCO, 2007), conformado por empresas de origen

local, en donde “los actores interactúan tomando decisiones conjuntas” (VARISCO, 2007), situación esencial que “requiere de un proceso de aprendizaje en donde, por medio de proyectos colectivos, se puedan percibir los beneficios de la cooperación” (VARISCO, 2007) y visualizar su futuro a través del destino turístico.

2.4.4. Ley de Descentralización a favor de los Municipios

En cuanto al tema de descentralización, en la república de Panamá, el 29 de octubre de 2015 se promulga en Gaceta Oficial N° 27901-A, la esperada Ley N°66 “Que descentraliza la Administración Pública, y dicta otras disposiciones”. Esta ley busca garantizar la realización del proceso de descentralización de la Administración Pública mediante el fortalecimiento de las capacidades locales, la transferencia de los recursos necesarios a los gobiernos locales y la coordinación del gobierno central en la inversión pública.

Tiene entre sus objetivos:

- Transferir los fondos de la recaudación del impuesto de bienes inmuebles, hacia los municipios.
 - Crear el Programa de inversión de obras públicas y Servicios Municipales.
 - Incluir los territorios especiales que no tienen municipio.
- (LEY N° 66 DE 2015)

La descentralización, como se establece en su Artículo 5, se fundamenta en algunos principios, entre los cuales está la gestión basada en resultados que da como consecuencia la evaluación del proceso, respeto a las culturas tradicionales de los pueblos, protección del derecho y garantía de igualdad de oportunidades para los grupos más vulnerables de la población.

De igual forma establece claramente el ordenamiento territorial para el desarrollo sostenible, tal como así se establece en su Artículo 19; ordenamiento este que se realizará con la participación de las comunidades, las que serán garantes de una administración pública transparente y de rendición de cuentas. Esto nos da una esperanza, porque se pretende acercar la gestión pública a la ciudadanía, avanzar en la eficiente y equitativa distribución de servicios y bienes públicos, promover el desarrollo económico local, fomentando la participación ciudadana y el control social.

Entendemos que la descentralización es una estrategia de modernización institucional, orientada a la consecución de los “Objetivos de Desarrollo del Milenio” (serie de informes anuales de las Naciones Unidas); por lo tanto, no sólo se trata de la transferencia de recursos y competencias sino de una verdadera transformación del quehacer público en la cual el desarrollo de capacidades locales y la participación conjunta y activa es fundamental.

La descentralización, aunque implica aspectos técnicos, administrativos y fiscales, es un proceso político de distribución de poder entre niveles de gobierno, es la entrega de poder a los ciudadanos para que tomen decisiones sobre el diseño e implementación de las políticas de desarrollo local. Por tanto, consideramos que la descentralización busca mejorar la calidad de vida e impulsar el desarrollo local, lo que puede significar en reducción de pobreza, de ampliar la cobertura educativa, y de reducir la violencia y brechas territoriales, todo esto en pro de la sostenibilidad ambiental.

2.5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Para comprender el término de “Planeación Estratégica”, se refiere la explicación de DAVID, (2008, p. 5), quien comenta que la misma se instaló en la década de 1950 y fue de uso común a partir de mediados de la década de 1960 hasta mediados de la siguiente; inclusive, dicho término

era considerado, por la mayor parte del mundo corporativo de Estados Unidos, como “la respuesta a todos los problemas”. A pesar de dicho apogeo, el modelo durante la década de 1980 dejó de usarse por no conseguir los resultados que se esperaban. Sin embargo, el concepto resurge en la década de 1990 hasta la actualidad, siendo aplicada ampliamente por el mundo empresarial y hasta gubernamental.

2.5.1. Definición

El citado autor DAVID, (2008, p. 5) usa el término de “Planeación Estratégica” como sinónimo de “Administración Estratégica”, aseverando que este último término es más frecuente en el ámbito académico, mientras que el primero se utiliza con más frecuencia en el mundo empresarial. Define a la Administración Estratégica como “el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multifuncionales que le permitan a una organización lograr sus objetivos” (DAVID, 2008, p. 5). Sigue explicando que este término se enfoca en integrar algunas de las ciencias administrativas, como la administración empresarial, el marketing, las finanzas y la contabilidad, con otras ciencias como la producción y las operaciones, las actividades de investigación y desarrollo, así como los sistemas computarizados de información, para lograr el éxito de la organización.

El procedimiento para identificar la visión, misión, objetivos y estrategias de una organización es cómo empieza a actuar la administración estratégica. Cada organización posee estos elementos muchas veces de manera inconsciente. El proceso del planeamiento estratégico debe ser dinámico y de continuo.

2.5.2. Beneficios del Planeamiento Estratégico

Tomando como referencia la obra de David, este concluye en los que serían los beneficios del planeamiento estratégico, lo que en el caso de que nos ocupa serían los de la “Dirección estratégica”, siendo estos los siguientes:

- Permite a una organización ser más proactiva que reactiva, ejerciendo control en la construcción de su futuro.
 - Ayuda a las organizaciones a formular mejores estrategias, utilizando un enfoque más sistemático, lógico y racional.
 - Genera oportunidades de efectiva interacción entre los involucrados.
 - Incentiva la participación en el proceso, siendo esta la clave para lograr la comprensión y compromiso con la organización, lo cual resulta necesario para generar el cambio.
 - Propicia el empoderamiento a algunos responsables para fortalecer el sentido de eficacia, a ejercer iniciativa y reconocimiento de sus actividades.
- (DAVID, 2008; citado por FASABI H., 2014, p. 40 y 41)

2.5.3. Directrices para un Planeamiento Estratégico eficaz

Un planeamiento estratégico, para poder desarrollarse eficazmente, debe seguirse como lo plantea JARAMILLO (2015, p. 6), como “un proceso de constante aprendizaje que familiarice a los involucrados de la organización con los problemas y las alternativas factibles para resolverlos.” Sigue afirmando Jaramillo que se debe tener una mentalidad abierta, buena disposición y entusiasmo al momento de considerar todo tipo de información y puntos de vista propuestos por los involucrados.

Aquellos quienes dirijan la gestión de planeamiento estratégico, deben saber escuchar y comprender, de la mejor manera posible, enfoques y opiniones de las demás personas en la jerarquía del planeamiento; en vista de que “los recursos siempre serán limitados o escasos, por consiguiente, las organizaciones no deben seguir todas las estrategias que aparentemente podrían beneficiarlas” (JARAMILLO, 2015, p. 6).

JARAMILLO (2015, p.6) recomienda no seguir múltiples estrategias al mismo tiempo, ya que lo considera un grave error, porque se malgastan los recursos en varias tareas a la vez, lo que pone la viabilidad de las estrategias en peligro. Para tal motivo, se deben tomar decisiones serias sobre qué estrategias mantener y cuáles abandonar.

En su libro, DAVID (2008, p.21) cita lo que él denomina como los “factores cualitativos” que afectan las decisiones relacionadas con la formulación de la estrategia, siendo estos la responsabilidad social, la cultura organizacional y la actitud hacia el riesgo, entre otros. Igual menciona la importancia de la objetividad de parte del formulador de las estrategias, ya que la falta de esta da como resultados “en muchos casos que se pierdan la postura competitiva y la rentabilidad, es por ello que, las organizaciones deben procurar ser lo más objetivas posibles y estar conscientes que todas sus decisiones tienen implicaciones” (DAVID, 2008, p.21).

2.5.4. Modelo de Planeamiento estratégico

Debido a la temática del presente estudio, es oportuno presentar algunos modelos de planeación estratégica aplicada al turismo, a efectos de indagar el tratamiento teórico-práctico de la herramienta en la actividad (FASABI, 2014). BERNET (2005, p.220) resume el proceso de la planeación estratégica de un destino turístico en cuatro fases, las que se presentan a continuación:

Cuadro N°1

Esquema de un Plan de Desarrollo

Primera fase:	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación y análisis de las tendencias de la demanda. • Identificación y valoración de puntos fuertes y débiles. • Identificación y determinación de las oportunidades. • Establecimiento de las prioridades.
Segunda fase:	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación del modelo de destino deseado.

Tercera fase:	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de la misión. • Objetivos.
Cuarta fase:	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia: <ul style="list-style-type: none"> – Programa de refuerzo. – Programa de marketing

Fuente: Josep Bernet, Destinos turísticos de éxito. 1a ed. 2005. Pp. 220

Por lo que respecta a la primera fase, se tiene que partir del perfil de turismo ya existente, de la tipología de clientes que recibe, así como de las necesidades que la localidad, cree satisfacer y de las expectativas a las que considera que responde. Una vez analizados esos factores, hay que definir las oportunidades que existen, su potencial, observar cómo se pueden dar a los recursos una finalidad turística, cómo pueden adaptarse y modificarse para conservar o incrementar la ventaja competitiva (FASABI, 2014).

2.6. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

2.6.1. Concepto de Planificación Estratégica

Para definir este término, se tiene al autor BERNET (2005, p. 220) quien lo explica como “el proceso para elaborar un Plan de Desarrollo Turístico de un destino y el proceso de análisis de recursos turísticos poseen patrones similares”. Bernet menciona este tema para explicar la finalidad de la Planificación Estratégica al analizar un destino turístico, a través de las siguientes palabras:

...la finalidad de una Planificación Estratégica de un destino turístico proporcionará una visión clara de la situación actual del lugar en estudio y de las acciones más adecuadas que se deben poner en marcha para responder a las necesidades, anticiparse a los cambios del entorno y conservar o mejorar la posición que se ha adquirido dentro del mercado.
(BERNET, 2005, p.220)

Por otra parte (BORJA y CASTELLS, 1997, p.166) aseveran que ‘la planificación estratégica es consensuada o concertada, elabora estrategias o programas complejos y proyectos viables, anima a la participación de la población y, generalmente, conlleva la reforma de la propia administración que lo promueve’. Además de que continúan señalando lo siguiente:

Permite combinar objetivos deseables con oportunidades puntuales, organiza lobbies ciudadanos para reivindicar competencias, recursos o actuaciones favorables de los poderes del Estado, y promueve la autoestima de la población y una imagen positiva de la ciudad y de su gobierno local.
(BORJA y CASTELLS, 1998, p. 166)

Se concluye entonces, con que la planificación estratégica es vital para el desarrollo económico y social de un territorio, es parte de un análisis/diagnóstico de la situación, con él se propone un modelo deseado de territorio, se fijan objetivos a través de un sistema de participación, se señalan las líneas de actuación, se fomenta la acción conjunta y consensuada de los principales agentes económicos y políticos, y trata de conseguir la adhesión de la ciudadanía y de los agentes institucionales, económicos y sociales, por lo que para ello se estructuran formas organizativas colegiadas y el desarrollo de mecanismos de comunicación y de marketing.

Mientras que, en la primera definición, el autor Bernet explica el objetivo de la planificación estratégica para estudiar la localidad turística, de manera que así se logre conocer su potencial turístico, así como el plan a seguir para invertir en la región, dando a conocer la importancia de la planificación estratégica para desarrollar un plan de acción que permita hacer de determinado lugar un destino turístico.

2.6.2. La Planificación Estratégica como Eje de Desarrollo Turístico Rural

2.6.2.1. Propósito de la Planificación Estratégica

Como propósito de la planificación estratégica, caben mencionar el enfoque esbozado por el Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social -ILPES, en que el turismo no debe enfocarse en acciones y programas, sino en objetivos e identificación creativa de recursos destinados a conseguirlos (SCHULTE, 2003; citado por MORALES, 2016, p. 7), por lo tanto, se entiende la planificación estratégica como un proceso y como un instrumento de ejecución.

2.6.2.2. Etapas de la Planificación Estratégica

Para conocer las etapas de un plan estratégico para el desarrollo del turismo local, SCHULTE (2003; citado por MORALES, 2016, p.7 y 8) las define, en el orden como “el diagnóstico, la definición de objetivos, la definición de estrategias, la elaboración del plan de inversión, evaluación de proyectos, su diseño, ejecución, operación y la evaluación”.

2.6.2.3. Metodología para la planificación estratégica

En cuanto a la metodología, SILVA (2012; citado por MORALES, 2016, p.8), señala que “la metodología de planificación estratégica surge de la necesidad de contar con una herramienta específica para emprender el desafío de la planificación del desarrollo local”; y que, dentro de sus características, sus elementos más importantes pueden ser los siguientes:

- Su facilidad de aplicación, que la hace comprensible no solo por expertos en planificación, sino por cualquier interesado.
- La flexibilidad, que le permite adaptarse a las realidades territoriales y a las diferentes técnicas específicas que pueden ser conocidas en el marco de su aplicación.
- La capacidad de una rápida internalización, lo que permite su apropiación acelerada facilitando que los procesos de planificación sean efectuados por los

pobladores encargados del tema a nivel local, minimizando la participación de consultores externos.

(SILVA, 2012; citado por MORALES, 2016, p.8).

Silva (2001), en uno de sus manuales de Desarrollo Local redactado para la ILPES/CEPAL, señala cuáles son las etapas que considera la metodología para la planificación estratégica de desarrollos locales, a lo cual MORALES (2016), las analiza y resume, tal como se señalan a continuación:

- **Diagnóstico:**

...debe proporcionar la información que permite conocer la capacidad de desarrollo del territorio de planificación. Comenzando por diagnósticos preexistentes que dispone el gobierno local, basados en información de base secundaria y que se deben recoger para conformarse un panorama preliminar de la situación de la localidad.

(MORALES, 2016, p. 8).

A esta información, en el caso de un diagnóstico de desarrollo local, se recomienda agregar información propia recogida a través de tres mecanismos:

- encuestas a turistas,
- realización de talleres participativos, y
- trabajo de campo.

Por tanto, siguiendo estas directrices es que se propone reunir los elementos preliminares necesarios en el sitio de la investigación, para contar con el insumo necesario que permita definir las potencialidades y obstáculos, y así impulsar un proceso de desarrollo local.

- **Vocaciones:**

...se definen como la aptitud, capacidad o característica especial que tiene la localidad para su desarrollo. Se busca qué es lo que hace especial, propio del

lugar, como una imagen de marca diferenciada a la localidad para potenciar algunas actividades estratégicas que le permitan impulsar un proceso de desarrollo específico.
(MORALES, 2016, p. 8).

La explicación anterior, es sustentada y explicada de manera más práctica por CERRO, (1993, p.51; citado por MORALES, 2016, p.9) con las siguientes palabras:

...la vocación turística deriva de la presencia en determinada zona de uno o varios atractivos naturales o culturales, de modo que la tarea de valorar, clasificar y comparar de una manera consistente y realista una gama de recursos de naturaleza y funcionalidad muy diversa es una tarea difícil, pero sumamente necesaria para poder definir la vocación turística de un lugar, y, sobre todo para seleccionar la alternativa más favorable para el desarrollo turístico dentro de una gama amplia de posibilidades.

De lo expresado anteriormente, resulta la necesidad de conocer y valorar las características de los atractivos turísticos existentes en la región, como lo son, saber dónde se encuentran geográficamente, sus elementos físicos, biológicos y socioculturales con los que cuenta, los servicios que ofrece, vías de accesos, entre otros factores.

- **Definición de objetivos estratégicos:**

A partir de los problemas descritos en la fase anterior se debe utilizar la técnica de análisis de árboles de problemas, identificar los árboles de medios y fines y la situación esperada que significaría la solución de los problemas detectado.
(SILVA, 2003, p.20).

Esto asegura que los fines y la situación deseada asociadas a esta etapa, “se transformarían en los objetivos específicos que se deben alcanzar y que se pueden definir como las aspiraciones en cada ámbito de desarrollo que se ha dividido el ejercicio” (SILVA, 2003, p.20).

- **Formulación de la estrategia local de desarrollo:**

Es “el camino seleccionado para alcanzar los objetivos propuestos” (SILVA, 2003, p.20). Para su formulación, se recurre a un análisis FODA a fin de estudiar los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que pueden convenir o posibilitar el alcance de los objetivos.

Para esto, se tiene definida la estrategia más adecuada, aprovechando cuanto más sea posible las potencialidades (fortalezas y oportunidades), disminuyendo los riesgos (fortalezas y amenazas), afrontando los desafíos (debilidades y amenazas), y procurando neutralizar las limitaciones (debilidades y amenazas).

- **Formulación de las políticas, programas, proyectos y acciones:**

Señalado por (SILVA L., 2003, p. 20) como los “proyectos de Inversión”, se señala en esta etapa que, para concretarse los objetivos de desarrollo, a través de la estrategia escogida, “se requiere identificar y seleccionar las acciones a desarrollar que se expresarán específicamente en una serie de programas” (MORALES, 2016, p. 9 y 10) cónsonos con la estrategia de desarrollo de la localidad.

- **Aplicación del sistema de seguimiento del plan:**

Para la puesta en marcha de esta última fase, “se propone un modelo de seguimiento del cumplimiento de los objetivos del plan propuesto, se definen metas concretas y se especifican en detalle los compromisos mediante un proceso de negociación a nivel del territorio” (MORALES, 2016, p. 10).

2.6.3 Concepto de Planificación Turística

Se debe comprender primeramente el concepto fusionado de “planificación estratégica” en el ámbito del turismo, lo que permite la terminología de “planificación turística”. Empezando con el de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2004; citado por INTERMARK, 2015), quien en su informe anual de 2004 sostiene que “la planificación turística en diferentes escalas (internacional, nacional, regional, local y de sitio), es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad”.

Por su parte, GETZ (1986; citado por HALL y PAGE, 1997, p.309), considera que “la planificación turística debe ser un proceso basado en estudios, investigaciones y análisis, que busque optimizar la contribución del turismo al bienestar social y a la conservación ambiental”.

En el caso de ACERENZA (1997, p.49), el mismo manifiesta acerca de la planificación turística que uno de sus objetivos, precisamente el de captar divisas, fue uno de los más privilegiados en la planificación del turismo en Latinoamérica desde los años setenta, originando a lo que ahora se denomina como “enfoque de política económica.” Y continúa señalando, en este contexto, lo siguiente:

La política de desarrollo turístico dio por resultado una gran cantidad de planes de desarrollo que combinaban el enfoque urbanístico, es decir extensos inventarios de recursos con propuestas de zonificación atendiendo al impacto espacial de la actividad, con el enfoque económico que respondía a los impactos económicos: captar divisas, generar empleo y desarrollo regional. (ACERENZA, 1997; citado por VARISCO, 2007, p.18)

2.6.4 Planificación Participativa

Para comprender el concepto de planificación participativa, nos remitimos a la definición esbozadas por los autores panameños CASTILLERO P. y PATIÑO (2002, p. 1), quienes la definen

como el hecho de “tratar de transformar a los beneficiarios en socios, en sujetos activos, y a los espectadores en actores que proponen, negocian, cuestionan y conquistan mejores condiciones de vida”.

A su vez, estos mismos autores citan la definición aportada en su momento por el Banco Mundial, explicando que la planificación participativa es “el proceso a través del cual los interesados influyen y controlan el poder sobre las iniciativas de desarrollo y sobre las decisiones y recursos que afectan sus vidas”.

Comprendido el concepto, el primer paso de la planificación participativa, según explicación de (GARRIDO, 2002, p. 15), consiste en “informar a la población y, sobre todo, en promover y dinamizar su interés” en participar, aunque se debe reconocer que ciertos gremios y esferas sociales, generalmente los más excluidos, serán especialmente difíciles de convencer a participar. Además, o no se encuentran organizados o desarrollan mecanismos informales de estructuración colectiva. Por esa razón sigue explicando Garrido lo siguiente:

...la participación de estos actores se ha de plantear en consonancia con sus hábitos y costumbres, en sus espacios de convivencia y con técnicas que incorporen elementos de su sociabilidad para de esta forma acercar la planificación a sus espacios y características propias de vinculación social. (GARRIDO, 2002, p. 16).

De ese modo se define de antemano cómo debe ser la participación democrática, introduciéndonos en su convivencia cotidiana con dinámicas grupales. Y a partir de ahí, puede lograr ejercer una participación acorde con nuestros planteamientos, en la búsqueda que defiendan su opinión y sus intereses, y que intervengan en la planificación, la ejecución y la evaluación de los planes.

Al respecto, POON (1998; citado por GÁNDARA, 2003, p. 13), estima que “...en los lugares donde la comunidad local no participa ni siente los beneficios del turismo, no están seguros ni los turistas, ni el área del entorno, ni la actividad turística”. En tanto que “...se destaca como denominador común de la planificación estratégica, la participación de la población local como actores claves y protagonistas del proceso de planificación” (MORALES, 2016, p. 10).

Por tanto, la participación de la población local en el proceso de planificación puede ser directa a través de talleres, o indirecta a través de encuestas y/o entrevistas.

La planificación estratégica responde a “...las incertidumbres turísticas de los mercados, adecuando las ofertas de productos turísticos” (DÍEZ S., 2011, p. 71) del municipio, a las exigencias de la demanda. Sin embargo, el aspecto fundamental de este tipo de planificación en turismo es el de la necesidad de abordar el proceso desde el involucramiento del mayor número posible de agentes sociales y económicos.

Y es que VERA (et al, 1997; citado por DÍEZ S., 2011, p. 71), un plan estratégico se define, “...en esencia, un ejercicio de participación y consenso de todas las fuerzas económicas y sociales con capacidad de decisión e inversión en la mejora del ciclo de vida del producto y la competitividad del territorio turístico”.

Tal como lo afirma FIGUEROA (2006, p. 599), “...los seres humanos constituyen el centro y la razón de ser del proceso de desarrollo”, de esta manera es relevante definir el concepto de “actor social” como lo expresa BLUND (2021) con las siguientes palabras:

...un sujeto colectivo estructurado a partir de una conciencia de identidad propia, portador de valores poseedor de un cierto número de recursos que le permiten actuar en el seno de una sociedad con vistas a defender los intereses de los miembros que lo acompañan y/o individuos que representa.
(BLUND, 2021).

En cuanto al término “actor local”, BARREIRO (1995, citado por AROCENA J. , 2013, p. 12) señala que “...los actores locales son simultáneamente motor y expresión del desarrollo local.” Y ante esta definición, el autor los clasifica de la siguiente manera:

- a) actores ligados a la toma de decisiones (político-institucionales);
 - b) actores ligados a técnicas particulares (expertos-profesionales);
 - c) actores ligados a la acción sobre el terreno (la población y todas sus expresiones activas).
- (BARREIRO, 1995; citado por AROCENA J., 2013, p. 12)

En base a lo anterior, concluimos que se convierte en un aspecto fundamental la unificación entre el sector público-privado-ciudadano, con sus respectivas funciones. El municipio, como principal entidad distrital, debe incorporar medidas para fomentar la justicia y equidad en la distribución de ingresos, generación de empleo y prestación de servicios, como también mantener un respeto por la comunidad y sus manifestaciones socioculturales.

Por otro lado, la participación de la comunidad local es estratégica para poder desarrollar una propuesta turística, ya que sin el apoyo de los pobladores es muy difícil que se alcance a ejecutar un proceso de planificación exitoso. Para lograr un desarrollo turístico equilibrado y sostenible, se requiere considerar las aspiraciones de la población local, teniendo en cuenta los valores, ideales e identidades.

Para el autor PAUL (1987), la planificación estratégica, tiene como pilar fundamental el concepto de participación, siendo entendida como “...un proceso activo por el cual los beneficiarios o grupos comunitarios pueden influir en las orientaciones y en la dirección de proyectos de desarrollo que se realizan en su beneficio”.

La participación puede ser entendida como un medio o como un fin, no siendo éstas mutuamente excluyentes una de la otra, debido a que la participación como un medio, es entendida como un proceso en el cual la población local participa en los programas de desarrollo para ajustarlos a la realidad y lograr su ejecución. Es decir que aquí la participación se presenta como un medio para poder implementar los programas de desarrollo diseñados desde una realidad externa a la de la comunidad local. Por otro lado, la participación como un fin, es cuando “...se genera un empoderamiento de la población local, al adquirir capacidades y conocimientos, que le permiten obtener mayores responsabilidades en la gestión del proceso de desarrollo” (MORALES, 2016, p. 12).

Cuando se llevan a cabo gestiones de desarrollo local, se necesita del diálogo y participación de los actores locales, así como de la colaboración de las instituciones y organizaciones; pero principalmente es necesario un compromiso público-privado en cuanto al logro de los objetivos para alcanzar el desarrollo. En este sentido, el sentido conceptual de participación ciudadana es importante para lograr cambios positivos en el espacio, organizar las actividades productivas y así, poder participar con éxito en el mundo globalizado.

La participación ciudadana es un proceso que debe ir creciendo progresivamente, es la fuerza participativa que se concreta en acciones directas y precisas con resultados tangibles en el territorio.

La participación de la comunidad es el elemento fundamental para emprender procesos de cambio; sin la misma sería imposible llevar a cabo tal proceso” (MORALES, 2016, p. 12).

Por tanto, es importante tener en cuenta que los procesos de planificación participativa son herramientas que permiten ver más allá y proyectar en el futuro, pero no son recetas para la solución de problemas (MORALES, 2016, p. 12).

Es así como queda totalmente establecido como cierto el planteamiento del autor CORRAGIO (1999; citado por MORALES, 2016, p. 12), cuando afirma, que “la ciudad o municipio, como ámbito de desarrollo local tiene que atender al logro de tres grandes desafíos: competitividad, gobernabilidad y un desarrollo humano sustentable”.

Y para sustentar la importancia de este planteamiento, se enfatiza con que “es importante que todo proyecto de desarrollo se fije a través de la perspectiva del beneficio de la comunidad para luego determinar la competitividad y la gobernabilidad que se adapte al modelo” (CORRAGIO 1999; citado por MORALES, 2016, p. 12).

2.7. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO EN PANAMÁ

Es históricamente reconocido que el turismo en Panamá inicia su desarrollo planificado a partir de la década de los años ‘90, posterior a la invasión de Panamá por el gobierno de los Estados Unidos y estando el país en ruinas. Es justo en el propio año de 1990 que Panamá empieza a tomar conciencia de que el turismo puede constituir una fuente de ingresos de divisas y convertirse en uno de los sectores con mayores posibilidades de desarrollo y soporte de nuestra economía, por lo que se intenta establecer parámetros para el desarrollo del turismo en el país.

2.7.1. Los Planes Maestros de Turismo

Desde entonces con aciertos y desaciertos Panamá ha venido impulsando un turismo planificado que lastimosamente no ha llegado a todos los rincones del país, pero como producto de esas iniciativas de desarrollo para unos y esperanzas para otros han nacido tres planes de turismo que esbozamos a continuación.

2.7.1.1. Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá 1993-2002

Es así como en 1992 se inicia un ambicioso proyecto denominado “Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá 1993-2002”, el cual es aprobado en 1993, y constituye el primer instrumento de planificación turística en Panamá. Fue redactado por el Instituto Panameño de Turismo (IPAT) hoy Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), con asistencia técnica y financiera del Ministerio de Planificación y Política Económica (MIPPE), hoy Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y de la Organización de los Estados Americanos (OEA).

Este documento describe exhaustivamente, por primera vez, el turismo en Panamá, el patrimonio del país, su situación pasada y presente (en el momento), y más importante aún, analiza el potencial y alternativas de proyección futuras.

El referido Plan Maestro, citado por ANDREU y PÉREZ A. (2007, p. 205) tenía como principales metas, las siguientes:

- “Consolidar la demanda del turismo autóctono e incrementar la del internacional a partir de la oferta de nuevos destinos y productos”.
- “Difundir, en el mercado internacional, la imagen de Panamá como un destino turístico, centralizando la atención en nueve áreas turísticas seleccionadas como mercados ya existentes

o potenciales”; pretendiendo la individualización de las áreas de modo que cada una de ellas se conviertan en un modelo diferenciado y con una identidad reconocida derivada de la especialización alcanzada mediante la explotación de sus singularidades.

- “Desarrollar infraestructuras y servicios necesarios de forma que se ajusten a la nueva situación”; centrándose, en primer lugar, en la construcción de nuevas vías de comunicación, hoteles, restaurantes y complejos turísticos y, en segundo lugar, en la formación de la mano de obra técnica y profesional necesaria para dar servicio a los turistas.

Todo esto con el propósito de establecer un orden turístico nacional. Lastimosamente al finalizar su período de acción sólo alcanzó un 20% de lo planificado, debido a que no cumplió su potencial, y a la falta de una estructura que le permitiera alcanzar el éxito.

Pese a ello, aunado a los problemas políticos y económicos del momento, el IPAT continuó con sus aspiraciones de contar con un “Plan Maestro de Turismo”.

2.7.1.2. Plan Maestro de Turismo Sostenible 2007-2020

Luego de muchos viajes, reuniones, consultas, y búsqueda de apoyo, se logra desarrollar otro plan conocido como “Plan Maestro de Turismo Sostenible 2007-2020”; ejecutado por la firma Tourism & Leisure Europraxis Consulting, impulsado por el todavía IPAT, (hoy bajo el nombre de Autoridad de Turismo de Panamá, ATP), y el sector privado de Panamá, financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en colaboración con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y apoyado por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Pero en dicho plan, no estaba contemplado el distrito de Renacimiento. Más aún, en el año 2019, con la nueva administración gubernamental, se concluyó con que dicho plan maestro debía de “actualizarse”, aduciendo lo siguiente:

...cuando se redactó el plan anterior se pensó en el consumidor de aquella época, que no gastaba como lo hace el viajero actual, los destinos han cambiado, igualmente la oferta y la demanda y ha llegado mucha inversión “No se puede seguir trabajando con un plan que tiene muchos cambios tan profundos.
(CARBONELL, 2019)

2.7.1.3. Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020-2025

Es por ello por lo que el 11 de septiembre de 2020, el consultor de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Augusto Huéscar, presenta el nuevo “Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020-2025”; después de trabajar casi todo un año liderando un equipo en el desarrollo de este nuevo documento, en conjunto con participantes de los sectores público y privado, entre los que estaban los municipios de Tierras Altas y Boquete.

Si bien es cierto el Municipio de Renacimiento no había participado en el desarrollo de este nuevo Plan Maestro, sí se considera al distrito proponiendo el acompañamiento (por parte de la ATP) para el desarrollo del turismo comunitario en el desarrollo y diversificación de rutas turísticas en Renacimiento (ATP, 2020, p. 320).

Los objetivos del nuevo Plan Maestro para los años 2020-2025 son:

- Fortalecer la capacidad institucional de la Autoridad de Turismo de Panamá.
 - Invertir en la promoción turística del país.
 - Mejorar los productos turísticos.
 - Infraestructura, Mantenimiento y servicios básicos.
- (ATP, 2020, p. 14).

Aunado a los anteriores objetivos, se encuentran cinco “Objetivos de País”, cuatro “Objetivos de institucionales, tres “Objetivos de mercado”, y cinco” “Objetivos de producto”. Y según dicho Plan Maestro, todos sus objetivos, estrategias y acciones, “...están en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, como queda reflejado en la Sección 3 de ese documento” (ATP, 2020, p. 15 y 16).

Sin embargo, nuevamente, pese a contar con este nuevo referido Plan Maestro, hasta la fecha el mismo no ha logrado un desenvolvimiento eficaz que integre los atractivos y recursos turísticos de las regiones, a una actividad turística equilibrada y diseñada para la preservación y control del uso turístico. La aplicación aún no es suficiente para establecer en los actores los objetivos claros que propicie un desarrollo turístico sostenible, situación que ha generado impactos negativos de carácter económico, social y ambiental, sobre todo en el interior del país.

2.8. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE CHIRIQUÍ

Como el objetivo de esta tesis, es del de desarrollar una propuesta turística en una región de la provincia chiricana, en este punto se explicará acerca de los atractivos con los que cuenta, y de los primeros esfuerzos por hacer un plan de turismo, solo para Chiriquí.

Para el año 2012, a través de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Programa Conjunto del Fondo para el Logro de los Objetivos del Milenio, se elabora el Primer Programa de Desarrollo Turístico para la Provincia de Chiriquí el cual se realizó con el apoyo de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP).

Es importante mencionar que la OMT, como agencia especializada de las Naciones Unidas, y en línea con los principios expresados en los Objetivos del Milenio, está abogando por el turismo como un importante instrumento para contribuir a la erradicación de la pobreza y, por tanto, uno de sus objetivos es ayudar a sus estados miembros a utilizar el turismo como vehículo de desarrollo económico y social sostenible.

En base a lo descrito anteriormente, se trae al país un consultor experto en planificación turística de las Naciones Unidas para realizar el Programa de Desarrollo Turístico de la Provincia de Chiriquí, con el objetivo de valorar el potencial turístico de una de las provincias de la república de Panamá, para definir alternativas de posicionamiento estratégico del turismo, que redunde en un desarrollo sostenible como alternativa económica, buscando la generación de beneficios socioeconómicos, la preservación del patrimonio y el rescate de la cultura local.

El referido programa turístico tenía una primera acción que consistía en hacer un inventario de todos los recursos turísticos de la región, de la cual se hacía un análisis de los clientes potenciales y capacidades de la población local, para luego medir y comparar, con el objetivo de presentar posibles alternativas o usos, lo cual se reflejaría posteriormente en un presupuesto, el cual sería un instrumento para poder implantar el plan y establecer las políticas, tanto para la protección del espacio, las inversiones a realizar y la organización de los grupos responsables.

Lastimosamente este esfuerzo no cumplió su cometido, debido a la falta de voluntad política y económica para ponerlo a funcionar. Además de que el mismo Programa está incompleto, debido a que no contempla los atractivos turísticos de difícil acceso, y ahora también está desactualizado, por lo que no se ven avances significativos.

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO

El capítulo anterior incluyó la revisión bibliográfica, producto de una nutrida compilación, y explicación, de conceptos y aspectos importantes a conocer, para comprender cómo fue diseñado el instrumento de la técnica de recolección de datos (a determinarse en este capítulo y la consecuente propuesta mostrada y explicada en el Capítulo Quinto. Con esta revisión bibliográfica se dio a conocer cómo los programas y proyectos de turismo rural comunitario, en diferentes partes del mundo han tenido éxito, mientras que las experiencias propias en Panamá no pueden ser así comparadas con las de los países mencionados.

Para gestionar la recolección de la información, para el desarrollo de este trabajo de investigación se ha de realizar un diagnóstico general del territorio de forma cualitativa, el que habrá de conducir a establecer estrategias acordes a las necesidades prioritarias, con el propósito de contribuir a un desarrollo sostenible del turismo rural en el distrito de Renacimiento.

Posteriormente, se hará un análisis cuantitativo entre los diversos actores, para medir el grado de necesidades en cuanto a productos turísticos, servicios, infraestructuras y otros factores necesarios de carácter turístico en la zona.

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Siendo el diseño de la investigación “un conjunto de métodos y procedimientos utilizados al coleccionar y analizar medidas de las variables especificadas en la investigación del problema de investigación” (ROBLES, 2019), además de las técnicas e instrumentaciones escogidas y los tipos de diseños seleccionados para el desarrollo de esta investigación serán los siguientes:

- **Del tipo cualitativo:** ya que se realizarán diferentes técnicas de instrumentación que permitirán obtener información primaria, tanto visual (por medio de la observación) como oral

en conversación con los residentes durante las encuestas, que, al analizarlas, permitan validar cuantitativamente la información recopilada.

- **Del tipo cuantitativo:** ya que se deben tomar en cuenta ciertos aspectos cuantitativos, como la opinión de la muestra de la población del distrito de Renacimiento, en cuanto a la realidad socioeconómica de la zona, y su conocimiento e interés en establecer estrategias en materia turística para su desarrollo.

3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Entre los diferentes métodos de investigación existentes para su desarrollo, se han escogido los que se explican, a continuación:

3.2.1. Método descriptivo

El método de investigación más adecuado para el desarrollo este proyecto es el descriptivo, ya que con el mismo se miden, evalúan y recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones, componentes del fenómeno a investigar. Con este método "...se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga" (HERNÁNDEZ SAMPIERI, et. al., 2006, p.102).

Con este método se logrará describir específicamente los elementos económicos y culturales más sustanciales que tenga el distrito de Renacimiento, los que le confieren gran singularidad y relevancia, para analizar su situación actual, de manera que permita diseñar una propuesta innovadora de turismo rural comunitario para su desarrollo, sostenible.

3.2.2. Método explicativo

Además del método anterior, se utilizará también el método explicativo, ya que “...se utiliza con el fin de intentar determinar las causas y consecuencias de un fenómeno” (CASTILLERO MIMENZA, 2017) estudiado en la investigación.

Con este método se identificarán las debilidades y amenazas con las que cuenta el distrito de Renacimiento, lo que no le permite un desarrollo turístico como localidad; para de esa manera poder proponer las estrategias para gestionar al distrito en el ámbito turístico de forma sostenible. Con estos métodos de investigación, a través de los diferentes tipos de instrumentación (a señalar en puntos posteriores), se busca investigar si el sujeto de la investigación, el distrito de Renacimiento cuenta con elementos que le permitan desarrollarse a través del turismo comunitario, y de forma sostenible.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Habiendo determinado que el alcance de la investigación se delimita al distrito de Renacimiento, en la provincia de Chiriquí, se realizan los siguientes análisis a la población de los así llamados “Renacentistas”.

3.3.1. Determinación de la población

El distrito de Renacimiento, según estimaciones del Instituto Nacional de Estadística y Censo de la Contraloría General de la República, para el año 2020, debería tener una población total de 21,499 habitantes (INEC, 2020).

Como lo que se quiere estudiar en este distrito son las posibilidades de su desarrollo social, económico y cultural, a través del turismo alternativo a la agricultura (como su actual actividad económica), se tiene que tomar en cuenta a una población representativa de la comunidad local del lugar anfitrión o de potencial turístico, como parte de una teoría “ampliamente aceptada como válida para su aplicación en la gestión turística y cultural” (COLMENAREJO, 2014),

Por lo tanto, se debe segregar, de la población estimada total, a los denominados económicamente activos, ya que son estos los que trabajan (o buscan trabajo), los que están en un rango de edades entre los 15 a 79 años; sumando estos una población estimada de 16,256, siendo el 76% de la población totalmente estimada. Se toma en consideración también a menores de edad entre el rango de edades entre los 15 a 17 años, ya que estos también se ganan la vida en actividades informales, y algunas veces en actividades agrícolas.

La población señalada anteriormente será la población a estudiar, por lo que, de ella, se debe extraer una muestra.

3.3.2. Fórmula para el cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizarán dos diferentes fórmulas que deben llevar al mismo resultado, siendo estas las siguientes:

- La fórmula referida por (PICKERS, ¿Cómo determinar el tamaño de una muestra?, 2015) para el “cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población”, es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

... en donde los componentes de la fórmula son:

- N = tamaño de la población, 21,499, según estimación al 1 de julio del año 2020, según el Informe “Panamá en Cifras” (INEC, 2020);
- Z = nivel de confianza, 1.96;
- P = probabilidad de éxito, o proporción esperada, 0.5;
- Q = probabilidad de fracaso, 0.5;
- D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción), 0.05.

Cuyo cálculo, siguiendo la fórmula, es el siguiente en una hoja de Excel:

$$\frac{16,256}{0.0025} \frac{3.8416}{16,255} \frac{0.5}{3.8416} \frac{0.5}{0.5} = \frac{15,612.2624}{41.5979} = 375.313715$$

- La fórmula referida por (ARTURO K, 2015), es la siguiente:

$$n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$$

... en donde los componentes de la fórmula son:

- Nivel de confianza (Z) = 1.96
- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) = 21,499
- Probabilidad de ocurrencia (p) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (q) = 0.5.

Cuyo cálculo, siguiendo la fórmula, es el siguiente en una hoja de Excel:

$$\frac{(3.84)}{(16,256)} \frac{(3.84)}{(0.0025)} \frac{(0.5)}{+} \frac{(0.5)}{(3.84)} \frac{(16,256)}{(0.5)} \frac{(0.5)}{(0.5)}$$

$$\frac{(3.84)}{40.64} \frac{(0.50)}{+} \frac{(0.50)}{0.96} \frac{(16,256)}{0.96} = \frac{15612.26}{41.60} = 375.2912$$

Como se puede observar, el resultado de los diferentes cálculos muestrales, es de 375, con diferencia en las décimas, lo que puede concluirse con que la cantidad de personas a utilizar la instrumentación de la encuesta es de 375 personas, residentes en todo el distrito de Renacimiento.

Para poder encuestar a 375 personas en dicha zona, a razón de su naturaleza accidentada (localidades apartadas en áreas montañosas), se ha determinado encuestar, en cuatro días, a 18.75 personas, utilizando para ello a cinco encuestadores quienes diariamente logren completar esta cuota.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Considerando tanto el diseño como los métodos de investigación pertinentes para este estudio, se han escogido dos diferentes técnicas de investigación, a saber...

- **Encuestas:** de forma personalizada en la cual se le formula al encuestado una serie de afirmaciones cerradas (cuyo conjunto de respuestas es la misma por grupo de afirmaciones) cónsonas con la investigación, cuyas respuestas serán el resultado de esta investigación para el desarrollo de la propuesta.
- **Observación:** buscando conocer de primera mano, en campo, la conducta de la población, las decisiones de sus autoridades, del entorno económico y de los turistas en estas localidades.

3.5. RECOLECCIÓN DE DATOS

Una vez determinados los diferentes instrumentos para la recolección de datos, se detallan a continuación, el proceso de recolección.

3.5.1. Encuesta aleatoria a ciudadanos comunes del distrito de Renacimiento

Este tipo de encuesta se realizará de manera personalizada a través del muestreo aleatorio o probabilístico a ciudadanos del distrito de Renacimiento de forma aleatoria y no escogidos premeditadamente. Para explicar en qué consiste el muestreo probabilístico se cita la definición aportada por los autores (GRANDE E. & ABASCAL F., 2009, p. 256), siendo la siguiente:

“En el muestreo probabilístico se seleccionan las unidades muestrales a través de un proceso al azar, aleatorio. Los distintos tipos de muestreo probabilístico tienen las siguientes características:

- Las muestras se seleccionan al azar, o se seleccionan por los investigadores.
- Cada elemento de la población tiene la misma posibilidad de ser elegido.
- Se puede conocer el error y la confianza de las estimaciones.
- Los resultados se pueden generalizar.
- Es el único método que puede ver la representatividad de la muestra.
- Es más caro que el muestreo no probabilístico.”

La información que se busca obtener a través de esta encuesta es la percepción del ciudadano común renacentista en cuanto a las gestiones municipales para incentivar y mantener el turismo en la ciudad, y sus gestiones para una comunidad sostenible. Se puede observar el formulario modelo de encuesta en el Anexo 1 al final de este documento.

3.5.2. Observación de campo

La observación de campo es una técnica realizada por el investigador de una manera visual, en el escenario de la investigación, siendo cada uno de los sitios de mayor relevancia turística localizados en el distrito de Renacimiento. De esta manera, el investigador tendrá un criterio crítico observando las adecuaciones y faltas de estas en cuanto a mobiliario urbano, facilidades turísticas, recursos turísticos, negocios comerciales en cada una de las comunidades del distrito y la actitud del ciudadano, observando tanto la cultura como la conciencia turística reflejada en estas comunidades.

Esta técnica se realizará tomando fotografías y notas de los factores observados en las comunidades referentes a esta investigación.

3.6. HIPÓTESIS

La hipótesis, por lo regular, se plantearía en el Primer Capítulo de un documento de investigación como este, pero al ser el enunciado supuesto, en relación con los objetivos de esta investigación, la misma se plantea en este punto, como el origen del siguiente (definición de las variables).

La hipótesis para esta investigación es:

“Con una estrategia de desarrollo del Turismo Rural Comunitario, las comunidades del municipio de Renacimiento mejorarán su nivel de vida, tanto económico como social.”

3.7. VARIABLES Y DEFINICIÓN OPERACIONAL

3.7.1. Determinación de variables

Habiendo determinado la hipótesis para investigación, se identifican las diferentes variables tanto independientes como dependientes:

- **VARIABLES INDEPENDIENTES:**
 - Estrategia de desarrollo turístico;
 - Turismo Rural Comunitario;
 - Fortalecimiento del turismo local.

- **VARIABLES DEPENDIENTES:**
 - Distrito de Renacimiento;
 - Mejora del nivel de vida de los renacentistas.

3.7.2. Operacionalización de las variables

Cuadro N°2

Operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTACIÓN
Estrategia de desarrollo turístico	– Ofertas turísticas (vías de acceso a comunidades, lugares de alojamiento, restaurantes, atractivos rurales).	– Ciudadanos comunes. – Empresarios. – Autoridades públicas y/o gremiales.	Encuestas
	– Recursos naturales.		Encuestas, observación
Turismo Rural Comunitario	Comunidad organizada	Ciudadanos comunes	Encuesta, observación
Planificación estratégica local	Autoridades	Directores de entidades públicas y de gremios organizados	Encuestas
Distrito de Renacimiento		Municipio de Renacimiento	
Mejora del nivel de vida de los renacentistas	Comunidad organizada	– Ciudadanos comunes. – Empresarios. Autoridades públicas y/o gremiales.	

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez terminada la recolección de datos en campo, se presentan los resultados obtenidos en las dos técnicas de instrumentación debidamente analizadas, divulgando así, por una parte, la opinión de los ciudadanos encuestados; y por la otra lo observado en el escenario de investigación, para de esta forma dar a conocer la situación actual del distrito, lo que permitirá proponer un plan estratégico de turismo rural comunitario para su implementación y desarrollo.

4.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Primeramente, se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a los ciudadanos renacentistas que fueron objeto de la muestra.

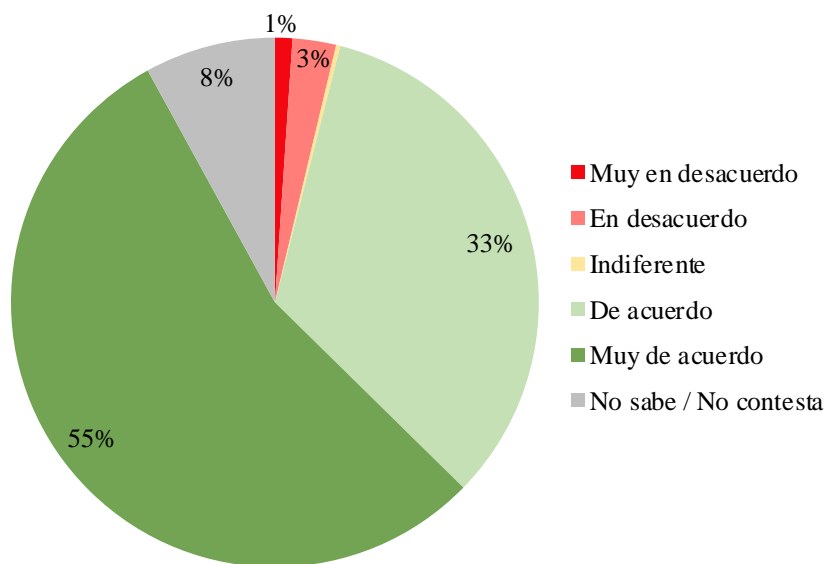
El formulario de encuesta cuenta con 37 afirmaciones, divididas en cuatro bloques, siendo estos los siguientes:

- Bloque de percepción de los ciudadanos en relación con el desarrollo turístico que se lleva en su comunidad: la cual consiste en 20 primeras afirmaciones con 6 opciones de respuestas en cuanto a su acuerdo o no con la afirmación.
- Bloque de aceptación o rechazo de los ciudadanos a modalidades turísticas que se pueden desarrollar en su comunidad: la cual contiene cinco afirmaciones (de la 21 a la 25) con igual opciones de respuestas que el bloque anterior.
- Bloque que mide el grado de preocupación / despreocupación de los ciudadanos en relación con temas vitales en su comunidad: la cual contiene cinco afirmaciones (de la 26 a la 30) pero con otras 6 opciones de respuestas en cuanto a su aceptabilidad o rechazo con la afirmación.
- Bloque de información personal: la cual contiene 7 preguntas (sin enumerar) que permitirán conocer más de cerca al sujeto encuestado.

A continuación, se presentan los resultados a las 375 encuestas realizadas en cuanto a sus 37 respuestas.

Gráfica 1

El turismo estimula a que haya más empresas interesadas en invertir localmente.



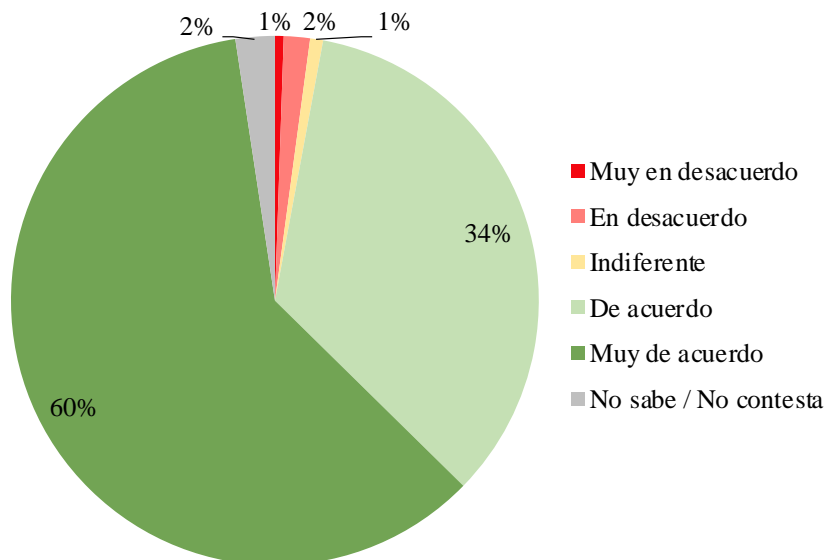
Fuente: Elaboración propia.

Empezando por analizar las respuestas a la afirmación N°1, se observa que el 88% de los encuestados ésta de acuerdo en que el turismo sí estimula el interés de las empresas por invertir localmente, más aún cuando el distrito de Renacimiento es potencial fuente de inversión turística, al contar con paisajes y espacios propios para el desarrollo de diferentes tipologías de turismo alternativo y rural.

Sin embargo, el 4% opina lo contrario; mientras que se tiene un considerable 8% que no sabe o no responde, debiéndose al desconocimiento producto de la baja escolaridad que impera en el área; o quizás, porque los beneficios del turismo no les ha alcanzado.

Gráfica 2

El desarrollo del turismo es ideal para mejorar la economía.



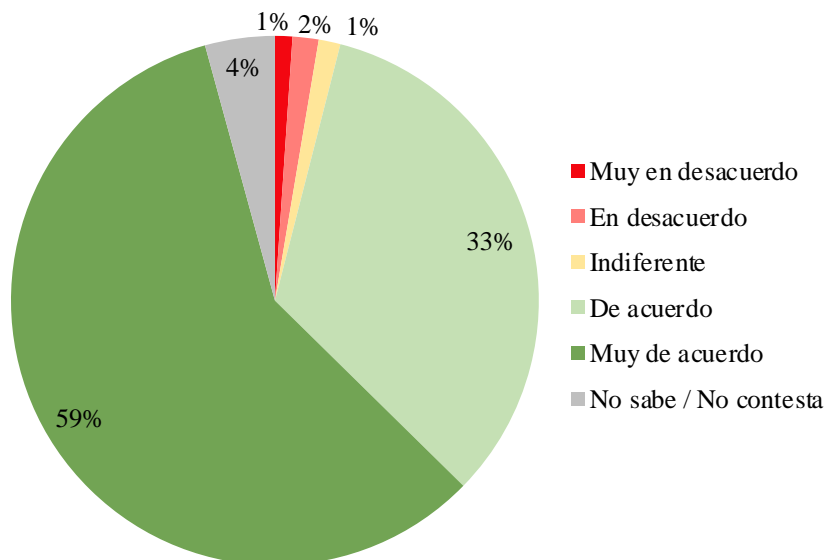
Fuente: Elaboración propia.

Las respuestas a la afirmación N°2, permiten ver a una amplia mayoría de los encuestados estar en algún grado de “de acuerdo”, en un 94% respectivamente. En otras palabras, casi todos los renacentistas (representados en la muestra) son conscientes de que la economía del distrito puede mejorarse si la misma se basa en el turismo, empezando por generar empleos directos e indirectos.

Por otra parte, apenas el 3% de los encuestados (8 de ellos) decidieron contestar con que estaban en algún grado “en desacuerdo”, posiblemente porque no quieren que la zona sea explotada turísticamente. Mientras que un 1% contestó a esta afirmación de manera “indiferente”, y el otro 2% restante con un “No sabe / No contesta”; porque no conocen del turismo como actividad económica, o porque desconocen los beneficios que pudiera dejarles a ellos mismos como ciudadanos de la zona.

Gráfica 3

El turismo ayuda a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.



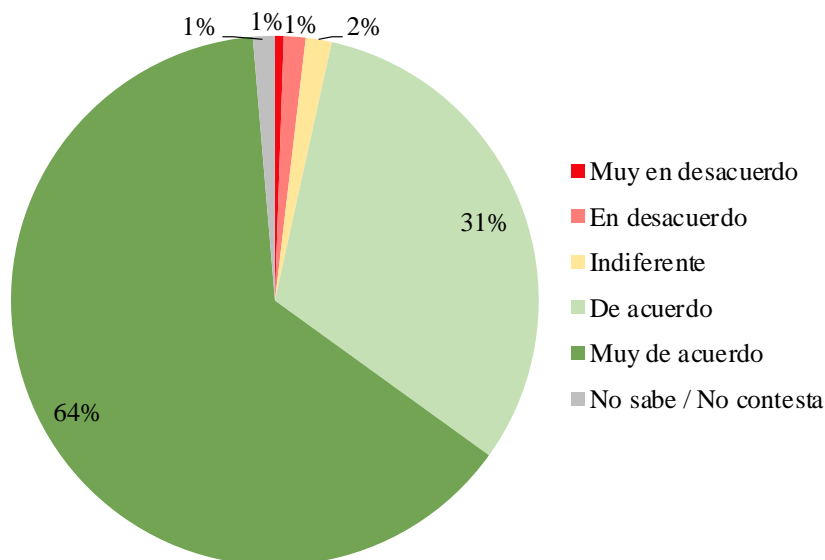
Fuente: Elaboración propia.

Respondiendo a la afirmación N°3, se logra ver que el 92% de los encuestados está de acuerdo de una u otra manera con esta aseveración; lo que es cierto, ya que el turismo es el vehículo para expresar la cultura de la zona; lo que, por consecuencia, redunda en su conservación como producto turístico.

Pero un 3% (10 encuestados) responden no estar de acuerdo con esta afirmación, ya sea por desconocimiento acerca de los beneficios del turismo, o porque no les importa su cultura. Mientras que un 1% (3 encuestados) expresó que les es “indiferente” esta afirmación; y el restante 4% (16 encuestados) no saben acerca del tema; lo que indica que existe una pequeña parte de la población que no conoce acerca del turismo, de la importancia de la cultura de su zona, o del beneficio que genera esta actividad.

Gráfica 4

Debe incrementarse la promoción turística del país.



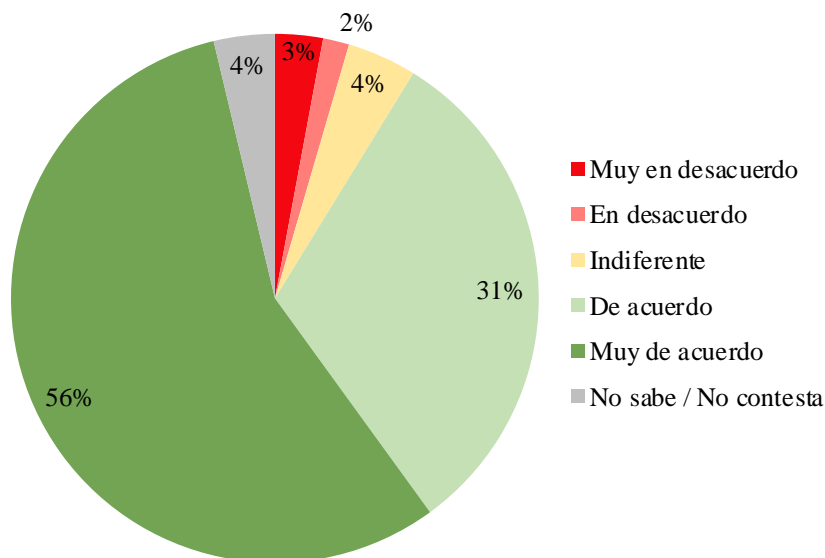
Fuente: Elaboración propia.

Para la afirmación N°4, exactamente el 95% de los encuestados respondieron estar de acuerdo, en buena o total medida, en que es importante el incremento de la promoción turística del país, indistintamente de que esta zona, distrito de Renacimiento, esté casi al borde de la frontera con Costa Rica. De esa manera, esto es un llamado de atención a las autoridades, de que no importa qué tan lejos se ubique una zona con potencial turístico en el país, todas sus regiones deben promocionarse como mercado turístico, para que de esa manera logre su desarrollo integral.

Tan solo el 2% de los encuestados opinaron estar “en desacuerdo” o “Muy en desacuerdo”, con este incremento promocional. Otro 2% contestó de manera “indiferente”; mientras que el 1% restante decidió no contestar a esta afirmación. Entre este 5% de encuestados que no respondieron favorablemente (18 de los 375 encuestados), se puede pensar que los mismos no estarían cómodos, o no saben cómo convivir como anfitriones de una localidad turística.

Gráfica 5

El sector turístico genera puestos de trabajo para los residentes.



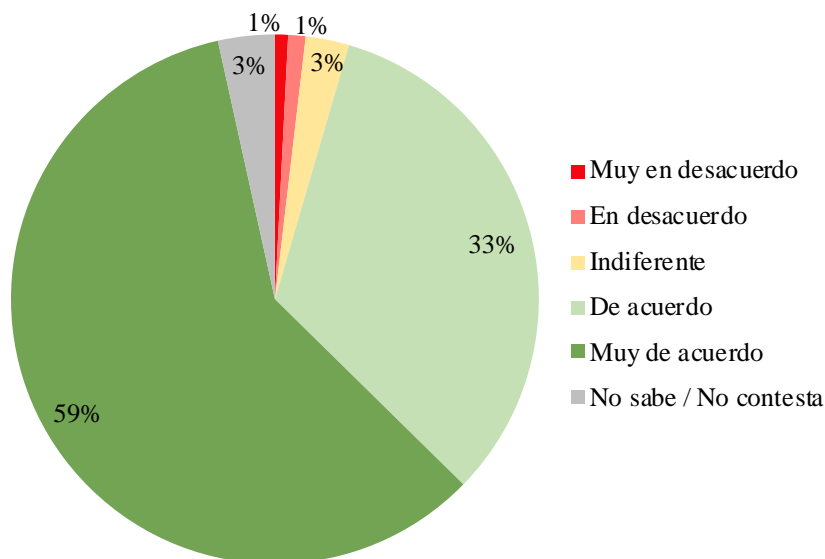
Fuente: Elaboración propia.

Las respuestas a la afirmación N°5 revelan que, el 87% de los encuestados manifiestan aceptar que el turismo, como actividad económica, genera puestos de trabajo para los ciudadanos de una zona o comunidad. Y es que este sentimiento puede ser palpable entre muchos de los habitantes del distrito de Renacimiento, en donde, siendo una zona con potencial turístico, no es considerado como tal, perdiéndose así la oportunidad de generarse puestos de empleo que mucho se necesitan.

Pero el 5% de los encuestados (17 precisamente) respondieron no estar de acuerdo con esta acepción, probablemente porque las actividades que desarrollan les garantizan trabajo, no queriendo experimentar así con el turismo. Más aún, 16 encuestados respondieron que les es “indiferente” esta afirmación, mientras que 14 respondieron con un “No sabe / No contesta”, ...o no les importa?

Gráfica 6

Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y ocio, etc.).



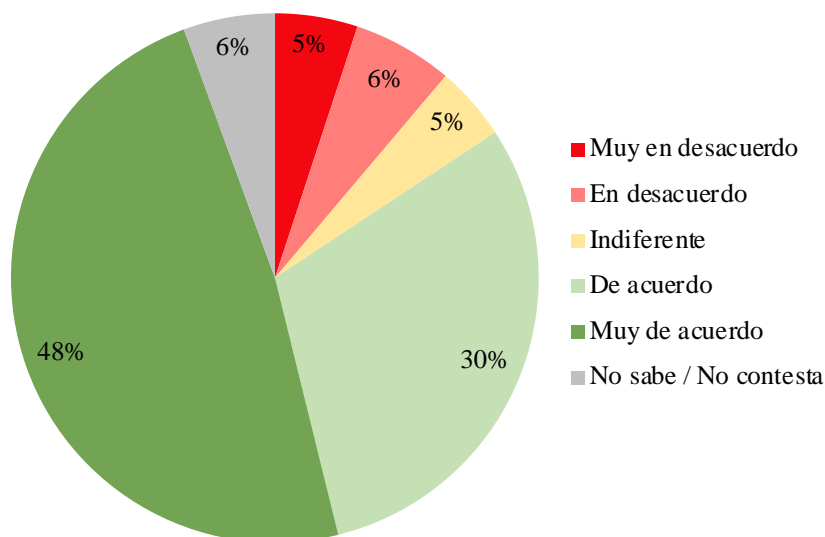
Fuente: Elaboración propia.

Las respuestas a la afirmación N°6 recibe un 92% de positividad (entre “de acuerdo” y “muy de acuerdo”). Esto se debe a que los sitios que son escenario turístico son habilitados con servicios orientados a los turistas, pero inevitablemente, los primeros beneficiarios de estos servicios son sus propios habitantes.

Curiosamente, se puede observar que, de los encuestados, 10 de ellos exactamente (el 3%) respondieron con la opción de “Indiferente”; otros 7 encuestados (el 2%) respondieron no estar de acuerdo; mientras que 13 (el 3% restante) decidieron no contestar a esta afirmación.

Gráfica 7

El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería.



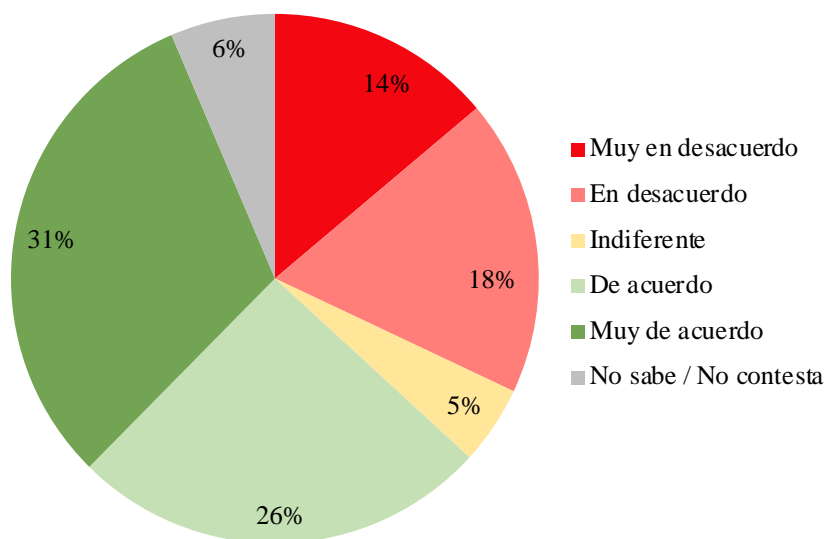
Fuente: Elaboración propia.

Si bien es cierto esta afirmación N°7 resultaría para una encuesta a realizar en una localidad o zona en donde se practica ampliamente el turismo, véase que el 78% de la muestra representativa de los renacentistas ha respondido en estar de acuerdo con la misma; y esto puede sustentarse en que, lo más seguro, habrían visto a sus vecinos de los distritos de Tierras Altas y Boquete en su desarrollo regional a través del turismo, ajeno a los de las actividades agrícolas.

Pero un 22% de los encuestados no respondieron favorablemente a esta afirmación. 11% de estos no parecieran estar de acuerdo, 5% que les es indiferente el tema, y el otro 6% que decidió no contestar por desconocimiento. Estos resultados desfavorables pudieran sustentarse en la inexperiencia que tiene la población renacentista en vivir en una zona de interés turístico, y de esa manera no poder determinar si, bajo esa actividad económica, se pudiera mantener la agricultura y la ganadería como actividades tradicionales complementarias.

Gráfica 8

Estoy preparado para atender turistas.



Fuente: Elaboración propia.

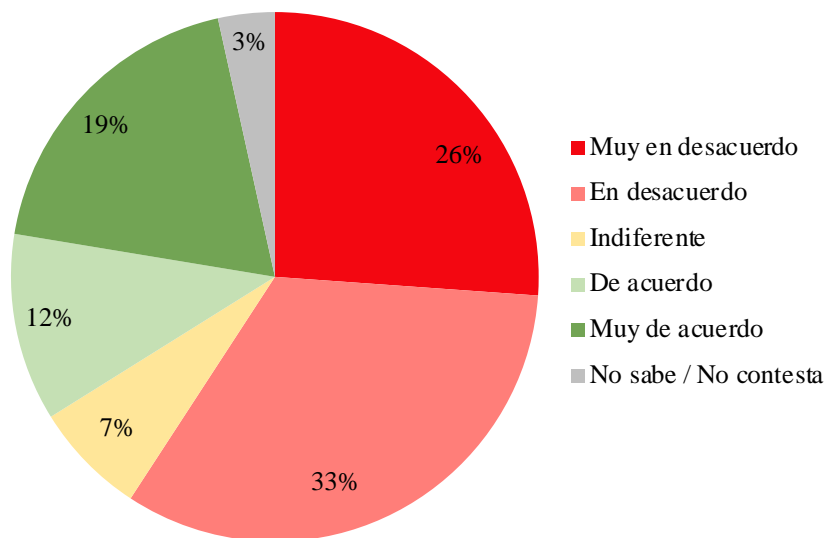
Esta afirmación N°8 es válida en una encuesta, tanto para residentes de una zona turística, al vivir la experiencia de esta actividad en sus comunidades, como para residentes de una zona que no vive del turismo, pero se sienten capaces y con la voluntad de ser anfitriones turísticos.

Obsérvese que la gráfica muestra cómo están las respuestas divididas, entre los que están de una u otra manera de acuerdo (el 57% de los encuestados), y los que no (el 32% de los encuestados) en sentirse capaces en atender turistas. Más aun, véase que un 11% no respondió, lo que junto con las respuestas de en desacuerdo, se puede deber a la inexperiencia que tienen los renacentistas en atender a turistas, ya que su zona con múltiples potencialidades turísticas no es explotada de tal manera.

Lo importantes es que hay una mayoría de renacentistas interesados en ser anfitriones turísticos, como para atreverse a atender turistas en su tierra.

Gráfica 9

Lo mejor, es dejar las cosas tal y como están. De esta manera vivimos tranquilos y podemos descansar.



Fuente: Elaboración propia.

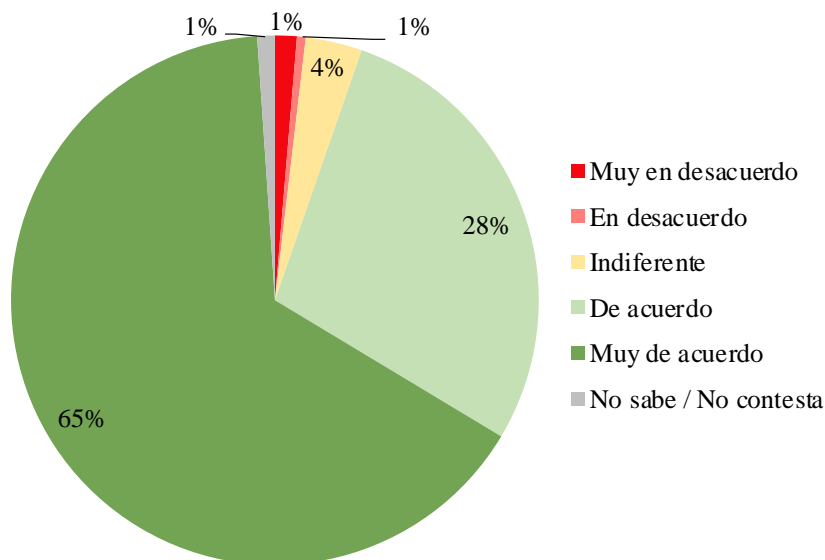
Esta afirmación N°9 se redactó así a propósito, de forma negativa, para medir el grado de “dejadez” o “poco importa” de los encuestados, en cuanto a la situación de sus comunidades. Si responden estar de acuerdo, la percepción es negativa; si responden estar en desacuerdo, sí están conscientes de que hay que generar un ciclo económico pese a los consecuentes esfuerzos y sacrificios para el desarrollo de la comunidad.

Un 59% de los encuestados (felizmente la mayoría) están en desacuerdo con esta afirmación, sabiendo que las cosas, como están en la zona, no se pueden “quedar así, sin hacer nada”. Pero hubo un 31% que sí optó por responder en que mejor se queden las cosas “tal y como están”, sin impulsar ni ser partícipe del desarrollo regional, redundante en su propio desarrollo familiar.

Por último, se observa que un 10% decidió no responder a ninguna de las opciones.

Gráfica 10

Deberían abrirse nuevas áreas de servicios turísticos (restaurantes, tiendas, alojamientos).



Fuente: Elaboración propia.

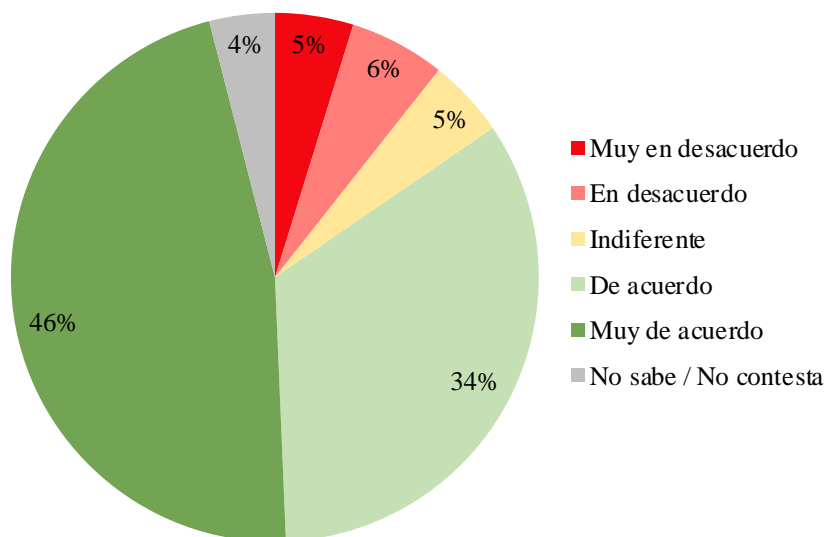
Esta es una de las afirmaciones que mayor cantidad de respuestas en estar de acuerdo ha tenido por parte de sus encuestados. Un 93% de la muestra representativa de los renacentistas ha respondido a esta afirmación N°10 en estar de acuerdo -en mayor o total grado- en la apertura de negocios orientados no solo al turismo, sino a ellos mismos también como residentes; ya que son pocos los lugares de expendio de comida, y casi inexistente un lugar de hospedaje, presentes en todo el distrito. Tan solo con abrir más negocios en servicios turísticos, ese factor atraería por sí solo al turismo en Renacimiento.

Solamente siete encuestados decidieron responder por el no estar de acuerdo con la presencia de estos servicios; probablemente porque pensarán que sus negocios, o las actividades con las que se sustentan económicamente, peligrarían con estos negocios turísticos.

Y hubieron 13 encuestados a los que no les importa el tema, más otros cuatro que no contestaron.

Gráfica 11

Deberían celebrarse eventos de renombre (conciertos, muestras, exposiciones, etc.).



Fuente: Elaboración propia.

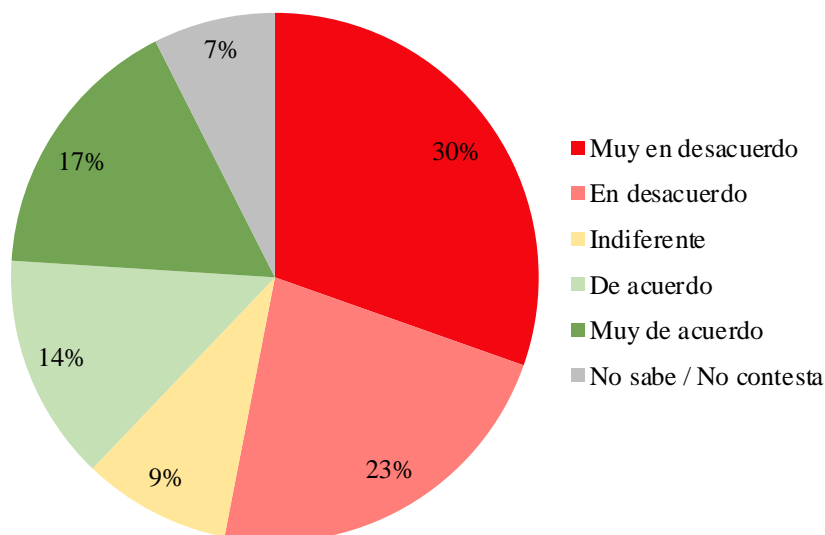
Siendo el distrito de renacimiento fronterizo, pero alejado de la Vía Panamericana, lo que lo hace una de las regiones menos vistas y conocidas del país, los encuestados renacentistas respondieron ante esta afirmación N°11 estar de acuerdo (hasta más “muy de acuerdo”) -en un 80%- ante esta afirmación, ya que así no solo se daría a conocer el distrito y sus comunidades, sino que permitiría el desarrollo de más actividades culturales y diferentes a las pocas que allí se realizan; teniéndose así más distracciones, a la vez que se tiene generación de ingresos por visitantes a estos eventos.

El 11% se manifestaron en no estar de acuerdo con este tipo de eventos en el distrito, lo que permite asumir que pensarán pudiera afectar sus economías, o no tienen una mentalidad abierta para recibir a visitantes foráneos en actividades culturales de la zona.

Tan solo un 4% no respondieron, y el 5% restante de los encuestados les es indiferente el tema.

Gráfica 12

El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.



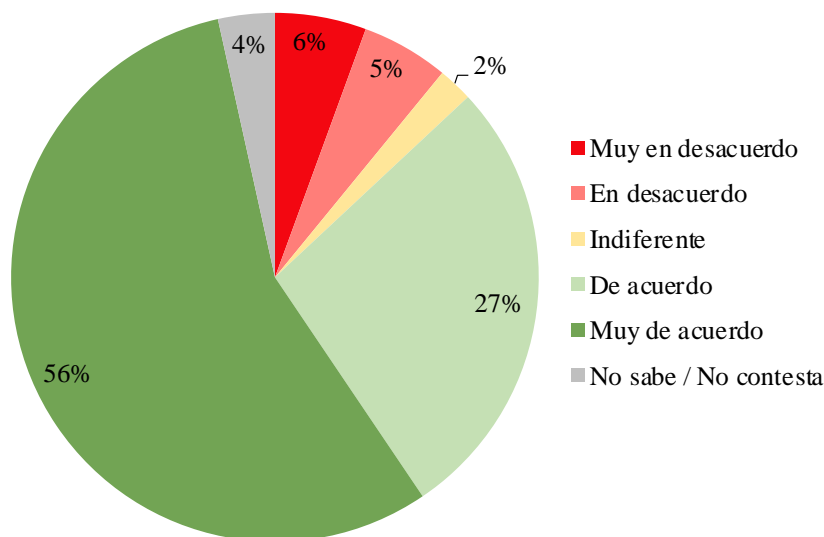
Fuente: Elaboración propia.

Ante esta afirmación N°12, negativa, por cierto, es un 53% de los encuestados los que no están de acuerdo, contra el 31% que opina que el turismo sí contribuye a los factores señalados de inseguridad. Si bien es cierto las actividades turísticas dejan impactos positivos a la zona en donde se practica, se tiene el riesgo de que igualmente se filtren malos elementos, tanto foráneos como turistas, que quieran participar de la derrama económica generada, pero sin esfuerzo propio. Este es un riesgo que se debe tener presente por asumir, para corregir y tratar de controlar (por erradicar) al momento de proponerse y desarrollarse actividades turísticas en una zona.

Esta misma afirmación generó que el 9% de los encuestados respondieran de que les es indiferente esta situación; mientras que el 7% restante no contestó por desconocimiento, lo que da a entender de que estos, al no vivir en una comunidad con actividades turísticas, no conocen las ventajas y desventajas de esta.

Gráfica 13

La situación económica local es preocupante.



Fuente: Elaboración propia.

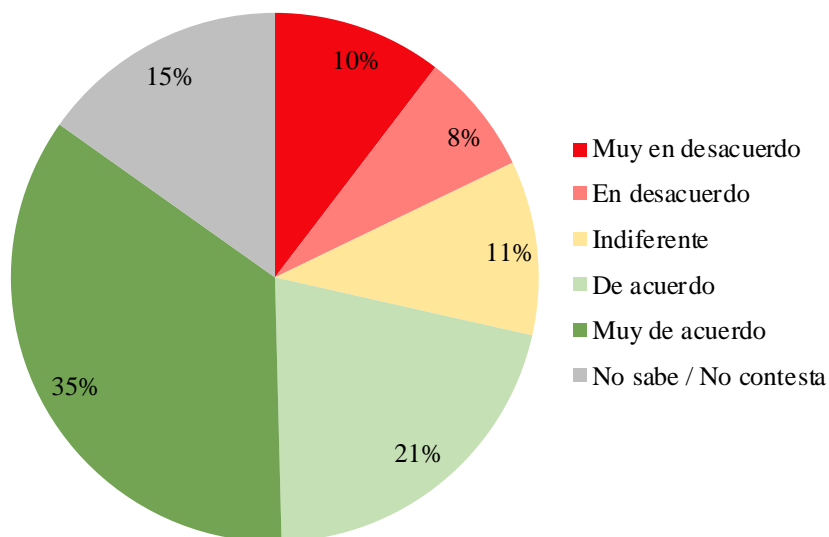
Esta es otra afirmación, la N°13, que busca conseguir la percepción negativa, o no, de los encuestados en cuanto a la situación de su distrito de Renacimiento. Y obviamente, el 58% de estos, como representantes muestrales renacentistas, para esta encuesta respondieron que la situación económica del distrito es preocupante.

Curiosamente, 41 encuestados (el 11%) respondieron no estar de acuerdo con este planteamiento; lo que indica que personalmente les debe estar yendo bien de una u otra manera, sin palpar la situación por la que pasan la mayoría de sus vecinos.

Y como en toda afirmación propia de esta encuesta, 21 de los encuestados (el 6% de ellos) decidieron no responder ni en acuerdo ni en desacuerdo; posiblemente porque no les importa la situación de la zona -en donde viven-, o porque no se han dado cuenta de esta.

Gráfica 14

Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.



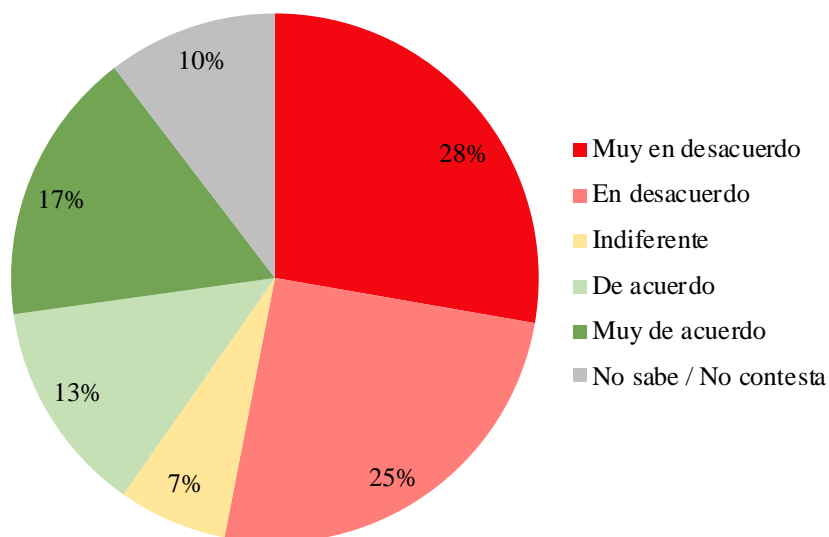
Fuente: Elaboración propia.

Esta afirmación N°14, también bajo una percepción negativa, es aplicable para una encuesta a realizar en una zona de destino turístico. Pero, queriendo conocer el pensar de los renacentistas, los que no viven en una zona turística hablando, la realizamos para averiguar si entienden el efecto de las influencias políticas en cualquier tipo de actividad económica; y al parecer, sí.

56% de los encuestados respondieron estar tristemente de acuerdo con este planteamiento, lo que da a entender que pueden conocer cómo se toman las decisiones en materia turística por parte de los políticos en algunas regiones del país, y no precisamente en beneficio de sus residentes. Mas el 18% de los encuestados no estuvieron de acuerdo con este planteamiento, ya sea, o porque pudieran ser políticos, siguen una corriente política, o porque no han vivido en un destino turístico en donde se da la situación planteada. Y un nada extraño 26% de los encuestados respondieron como “indiferente” o como que no saben, lo que es obvio, ya que Renacimiento no es un destino turístico.

Gráfica 15

El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.



Fuente: Elaboración propia.

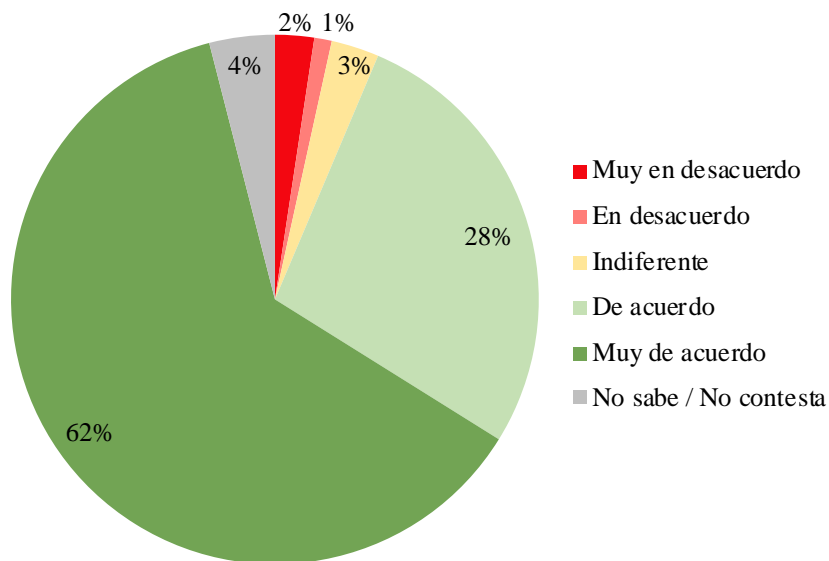
Esta afirmación N°15 es también aplicable a realizar en una encuesta a una zona de destino turístico, se pregunta entre los renacentistas para conocer su percepción del tema. Pero a diferencia de las respuestas a la afirmación anterior, aquí la mayoría de los encuestados en un 53%, respondieron mayoritariamente estar en desacuerdo con este planteamiento; lo que es comprensible, ya que, al no vivir en un destino turístico, no conocen cómo el turismo sí pudiera afectar a sus costumbres e identidad.

Pero curiosamente, sí hay un 30% que plantea estar de acuerdo con que el turismo puede causar pérdida en las costumbres e identidad del destino turístico, ya sea por conocimiento ajeno, investigación acerca del tema, o porque posiblemente hubieran logrado hacer turismo.

Mientras tanto, 25 encuestados (el 7%) respondieron de manera indiferente; y un 10% respondieron no conocer acerca del tema

Gráfica 16

Debe tenerse en cuenta la opinión de la población local en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico.



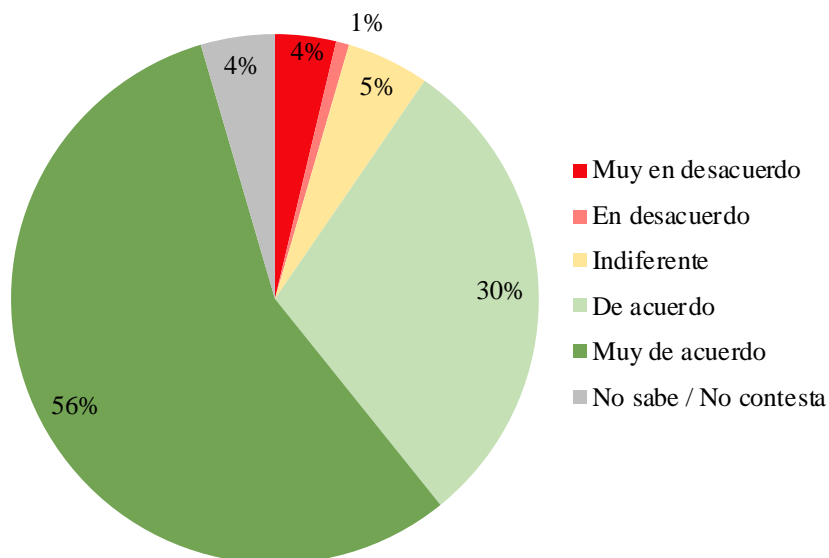
Fuente: Elaboración propia.

Esta afirmación N°16 es aplicable una encuesta en cualquier zona de un país que se diga tener destinos turísticos y con potencialidad turística; y en Panamá, el distrito de Renacimiento tiene todo el potencial turístico para ser destino turístico asegurado. Es por ello por lo que, al plantearles esta afirmación a los encuestados, un mayoritario 90% de los encuestados respondieron estar de acuerdo en común o gran medida, ya que será la población local el primer actor turístico de dicho destino.

Un leve 3% de los encuestados (tan solo 7 de los 375) opinaron no estar de acuerdo con este planteamiento, lo que permite pensar que estos, o son políticos o tienen aspiraciones políticas para ejercer decisiones autocráticas sobre quienes les votarían. Tan solo un 3% de los encuestados respondieron “Indiferente”, y el 4% restante no respondieron, ya que desconocen del tema y de su trasfondo social.

Gráfica 17

El turismo favorece la conservación de determinados recursos naturales.



Fuente: Elaboración propia.

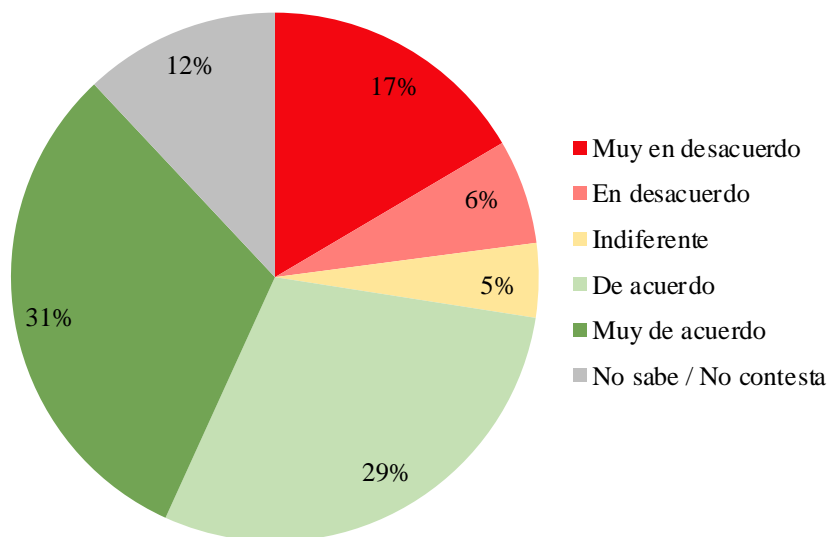
Volviendo a las afirmaciones positivas, en cuanto a la señalada en esta gráfica, el 86% de la muestra escogida de renacentistas respondió estar de acuerdo en el planteamiento planteado. Esto es cierto, ya que, si se quiere vender una zona o comunidad como destino turístico, se deben preservar sus productos turísticos: sus paisajes escénicos, sus recursos naturales de interés turístico, sus complejos monumentales, hasta la naturalidad de su gente (o sea, su cultura).

Apenas un 5% de los encuestados (17 de ellos) respondieron no estar de acuerdo con esta afirmación, aduciendo que pueden conocer, en otras regiones turísticas, cómo el turismo de masas es destructor de la naturaleza, producto de un turismo inescrupulosamente codicioso.

El otro 5% restante de los encuestados respondió entre “indiferente” (19 de los encuestados) y como de no saber del tema (17 de los encuestados), lo que extraña de una población que prácticamente vive de sus recursos naturales.

Gráfica 18

Me gusta la oferta de ocio nocturno en la comunidad.



Fuente: Elaboración propia.

Esta afirmación N°18 puede que no sea aún aplicable a las comunidades del distrito de Renacimiento, pero con ella se busca conocer la opinión de sus residentes en cuanto a uno de los servicios turísticos favoritos de las localidades turísticas, como lo es su “vida nocturna”.

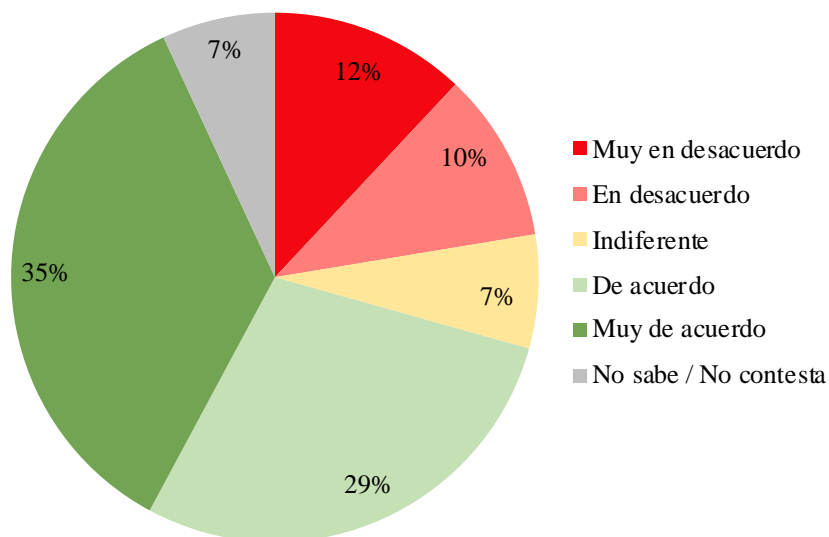
El 60% de los encuestados respondió sí estar de acuerdo con una oferta de ocio nocturno en su comunidad, ya sea, para su propio entretenimiento como residentes, o porque saben que la misma genera diferentes negocios directos e indirectos en cuanto a estas actividades, ya sea permanentemente en forma de centros de vida nocturna, o temporalmente con la presentación de actividades culturales estacionales.

El 23% de los encuestados respondieron no estar de acuerdo para nada con estas actividades nocturnas en sus comunidades; lo más seguro porque puedan considerarse incomodados en las horas en las que se duermen. Mientras que un significativo 29% respondió ni estar de acuerdo ni en

desacuerdo, siendo el 12% los que no supieron contestar por desconocimiento de cómo se vive en un destino turístico con vida nocturna como parte de su oferta; o porque no les molesta este tipo de ofertas (al 5%), como para responder que la situación les es “Indiferente”.

Gráfica 19

Estoy dispuesto a emprender un negocio turístico.



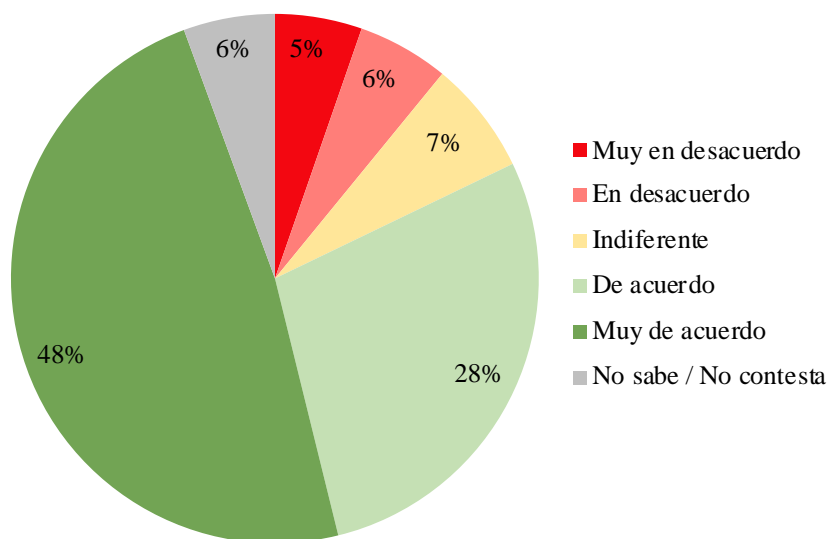
Fuente: Elaboración propia.

Esta afirmación N°19 es válida para esta encuesta, realizada en Renacimiento, por tener potencial turístico. El 64% de los encuestados respondieron estar de acuerdo en emprender un negocio turístico, lo que, en el caso de este distrito, pudiera generar los inicios del mercado turístico y con ello atracción del turismo interno, con visión al turismo global.

Un 22% decidió no estar de acuerdo con emprender un negocio turístico; lo más seguro porque no lo consideren viable, al no ser Renacimiento un destino turístico aún. Mientras tanto, un 7% decidió contestar como “indiferente”, y el otro 7% restante no respondió a las anteriores opciones de respuesta, lo que da a entender que estos encuestados no tienen visión de emprendimiento.

Gráfica 20

La música tradicional es muy conocida a nivel mundial.



Fuente: Elaboración propia.

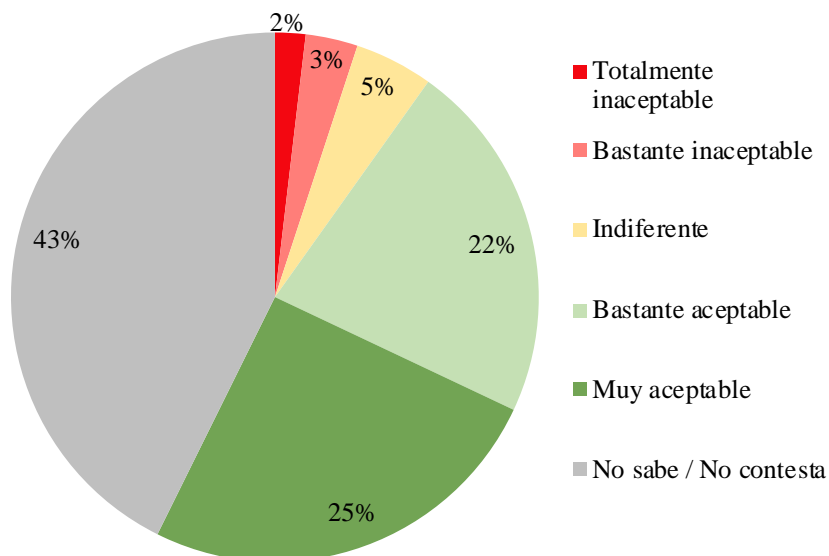
En cuanto a aspectos culturales como la música, la afirmación N°20 de la encuesta tuvo como respuestas un 76% “de acuerdo” en que la música panameña es conocida a nivel mundial; mientras que apenas el 11% opinaron no estar de acuerdo.

Al respecto, podemos decir que la música tradicional panameña es bastante conocida internacionalmente por su rica influencia española, negroide e indígena, producto del mestizaje cultural, por lo que a los viajeros les apasiona; pero nos falta más promoción y publicidad, aunado a un mayor desplazamiento de los múltiples grupos folclóricos, para realmente llegar a todo el mundo.

De los 375 encuestados que conforma la muestra, solo 26 de ellos (el 7%) no fueron para nada concretos al responder con un “Indiferente”, sin dejar de lado al otro 6% restante (21 encuestados) que respondieron con un “No sabe / No contesta”.

Gráfica 21

Paquete "todo incluido".



Fuente: Elaboración propia.

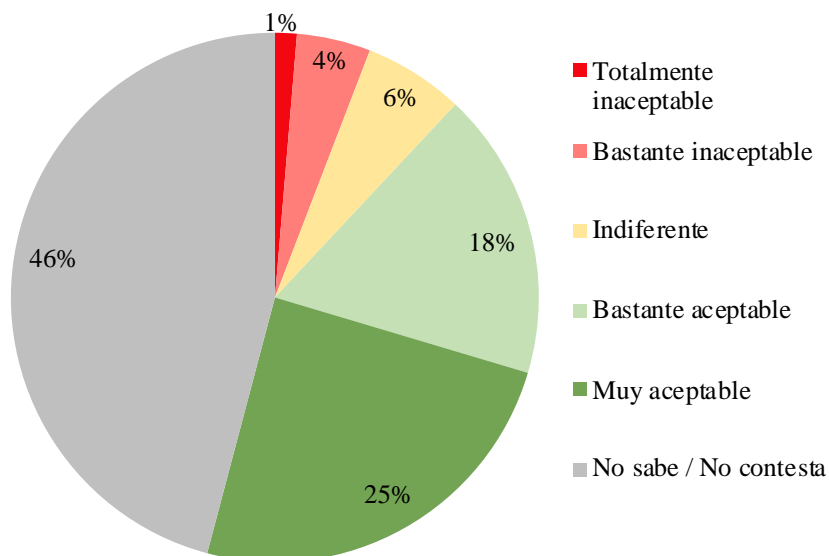
A partir de esta afirmación, la N°21, se plantean algunos productos turísticos que se pudieran ofrecer en el distrito de Renacimiento gracias a su potencial turístico.

En cuanto a este producto Paquete "todo incluido", la muestra escogida de los renacentistas la consideran aceptable en un 47%. Esto indica que hay mucha oportunidad para el emprendimiento, lo que daría como consecuencia una oferta completa.

Tan solo el 5% de los encuestados consideran de inaceptable, de cualquier modo, que se ofrezca este servicio turístico en Renacimiento, posiblemente porque son realistas de que en estos momentos no podrían cumplir; 5% consideran este tema como indiferente; mientras que un alarmante 43% no respondió a la afirmación, porque no conocen del tema, dada la inexperiencia de la zona en vivir en un entorno y destino turístico.

Gráfica 22

Clubes vacacionales.



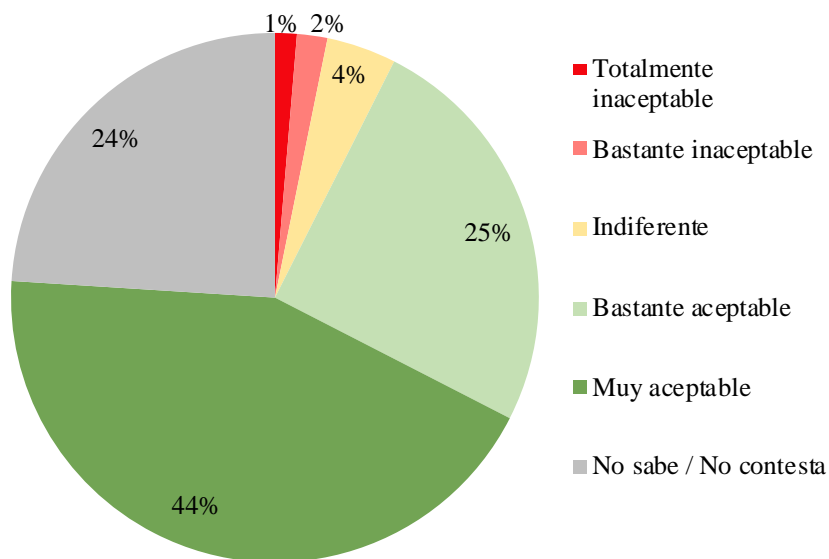
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a esta afirmación N°22, esta iniciativa turística tiene menos aceptación que la anterior, ya que es el 43% de los encuestados quienes lo consideran como aceptable a practicarse en las diferentes comunidades de Renacimiento. Mientras que apenas el 5% lo considera como inaceptable, lo más seguro porque piensen pueda atentar con sus prácticas agrícolas.

Un 6% de los encuestados prefirió contestar con la opción de respuesta “Indiferente”, mientras que un alarmante 46% decidió no contestar, lo más seguro por las mismas razones de la afirmación anterior: inexperiencia de vivir en un destino turístico.

Gráfica 23

Turismos basados en la naturaleza (rutas excursionistas al campo, zona de observación de fauna natural, etc.).



Fuente: Elaboración propia.

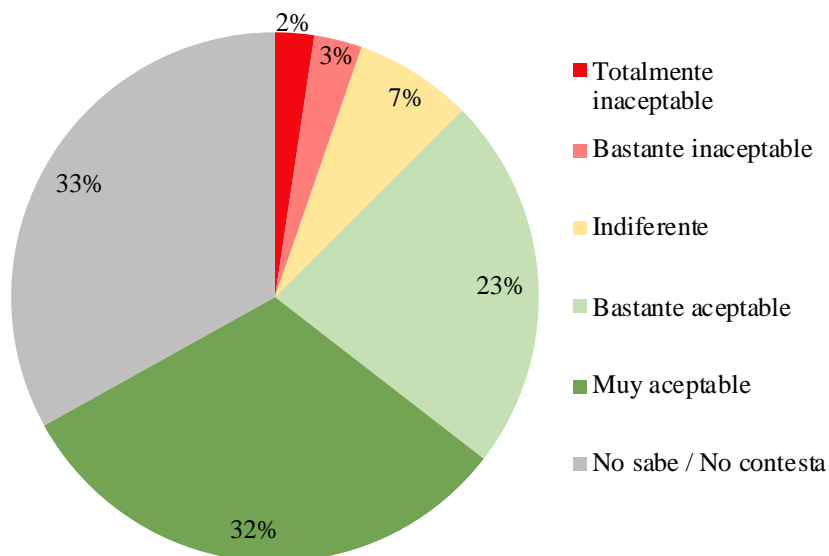
Esta afirmación N°23, como propuesta turística, puede ser la más cónsona con el distrito de Renacimiento como zona con alto potencial turístico rural y ecológico.

El 69% de los encuestados consideraron este tipo de turismo como aceptable; asumiendo que reconocen que el turismo de naturaleza requiere menos inversión, promueve y protege las áreas naturales, es una actividad económica muy lucrativa, es una oportunidad para capacitarse técnicamente y es una alternativa para generar empleos, cónsono con el escenario natural del distrito de Renacimiento; pero sobre todo es la mejor estrategia para el desarrollo de las comunidades.

Un 3% de los encuestados consideraron esta afirmación como inaceptable de una u otra forma. Mientras que un 4% respondieron como “Indiferente”, y un considerable 24% restante respondieron con un “No sabe / No contesta”.

Gráfica 24

Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.



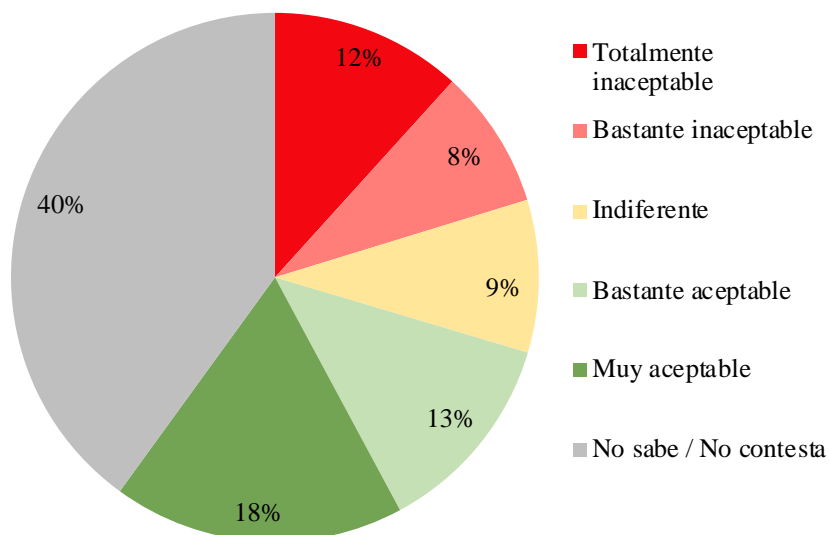
Fuente: Elaboración propia.

Esta afirmación N°24, bajo la suposición de practicarse en el distrito de Renacimiento, también recibió una cantidad de respuestas positivas por parte de los encuestados, considerando esta modalidad turística de una u otra manera como aceptable, por el 55%. Esta modalidad es excelente para incrementar la demanda turística en la zona. Pero, para esto, primeramente, se deben adecuar las instalaciones y servicios necesarios que permitan desarrollar esta tipología turística.

Tan solo el 5% de los encuestados lo consideraron inaceptable; porque no sienten que Renacimiento pueda ser capaz de ofrecer este tipo de servicios, por las condiciones en las que se encuentra en cuanto a sus estructuras y falta de servicios turísticos. Mientras que el 7% de los encuestados opinó que practicar esta tipología turística en la zona les es “Indiferente,” y un significativo 33% restante respondió con un “No sabe / No contesta”, por su desconocimiento en cuanto al tema.

Gráfica 25

Turismo de segunda residencia (extranjeros propietarios).



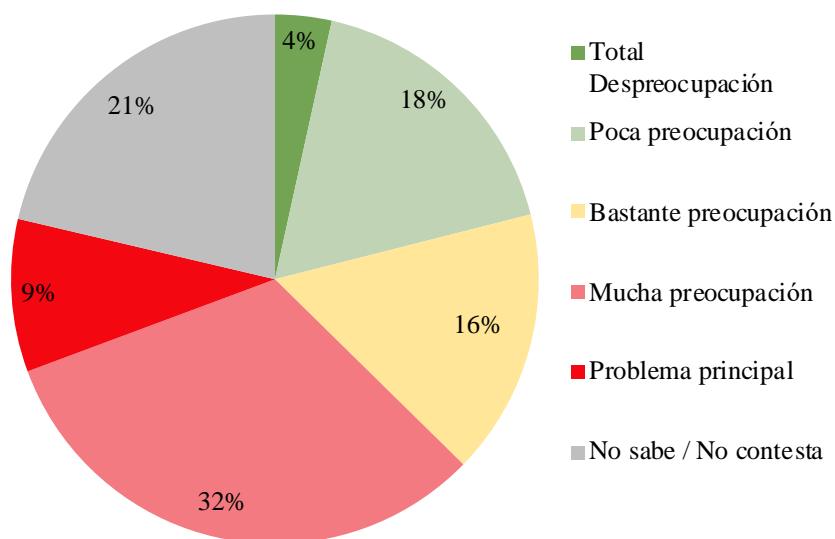
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la afirmación N°25, este tipo de tipología turística fue la menos aceptada, con un 31% por parte de los encuestados, mientras que un 20% no la consideró aceptable. Estos resultados se pueden deber a que considerarían que sus comunidades se pudieran ver comprometidas, en cuanto a las tradicionales actividades agrícolas, que son las que sostienen económicamente a la zona; como también puede ser que conozcan la situación desfavorable generada por este tipo de turismo en el distrito de Boquete, con sus consecuentes alzas de precios en dicho mercado.

Un 9% de los encuestados contestó de manera indiferente, pero un alarmante 40% decidió no contestar, puede ser por desconocimiento en cuanto a las consecuencias de esta tipología turística en la zona o porque se dedican a otra actividad y no les interesa.

Gráfica 26

Conservación del entorno y Medio Ambiente.



Fuente: Elaboración propia.

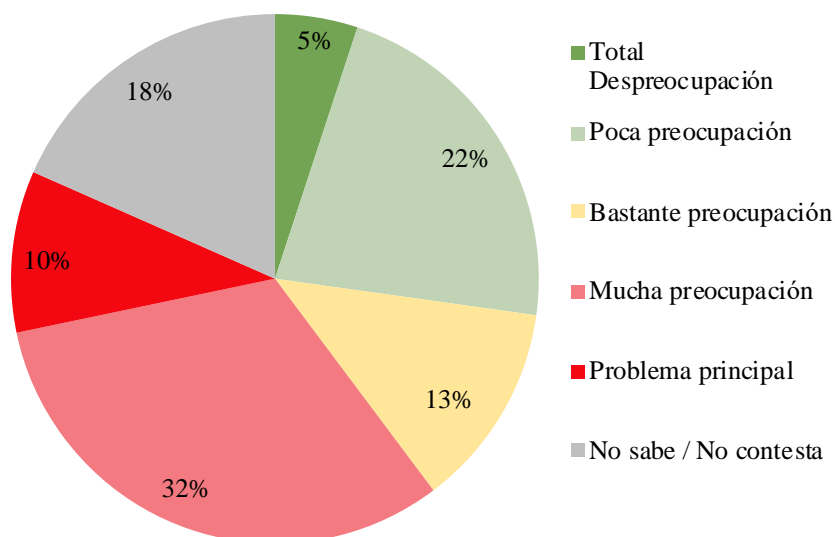
A partir de esta afirmación N°26, cambian de nuevo las opciones de respuesta midiendo el grado de preocupación de los renacentistas. La misma busca conocer si el turismo a practicarse en la localidad pudiera ser amigable con el medio ambiente; donde el 22% de los encuestados manifiestan algún grado de despreocupación.

Un 48% de los encuestados siente algún grado de preocupación (entre “bastante” y “much”), considerándose que tienen los ojos bien abiertos ante un posible avance de la actividad turística en deterioro del entorno, y, por ende, del medio ambiente. Pero un 9%, si considera que pudiera ser el problema principal.

Un considerable 21% de los encuestados prefirió no contestar, posiblemente por no conocer las desventajas de promover el turismo por primera vez en destinos recién potencializados de escenario natural y rural.

Gráfica 27

Escuela y otras infraestructuras educativas.



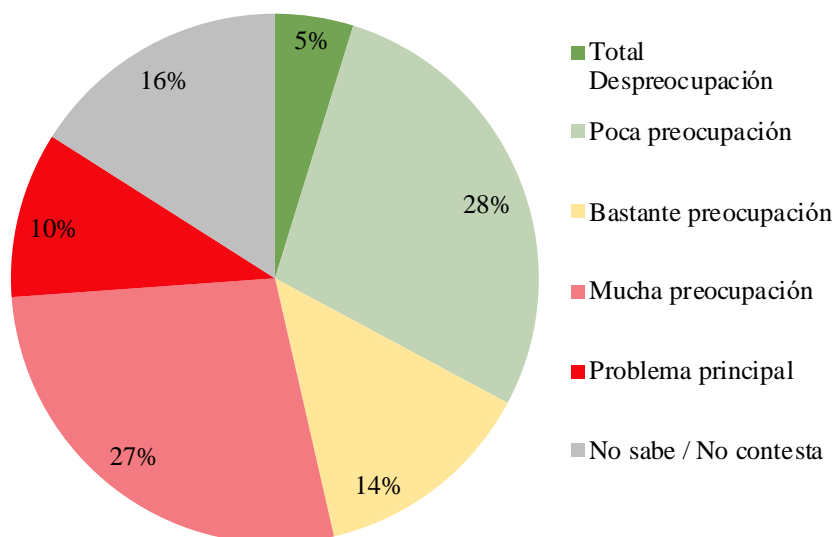
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la afirmación N°27, el 45% de los encuestados mostró algún grado de preocupación. Y es que, durante la observación directa efectuada, se aprecia que a las infraestructuras públicas les falta mantenimiento.

Mientras tanto, el 27% de la muestra siente algo de despreocupación por el tema, pero el 10% consideró esta situación como un problema principal para el distrito de Renacimiento, mientras que el 18% restante prefirió no contestar. Es extraño pensar cómo el señalado 18% de los encuestados considera mejor el no opinar acerca del estado de las escuelas y de otras infraestructuras educativas, cuando es en estos centros donde se preparan a sus hijos que a su vez representan el futuro.

Gráfica 28

Seguridad ciudadana.



Fuente: Elaboración propia.

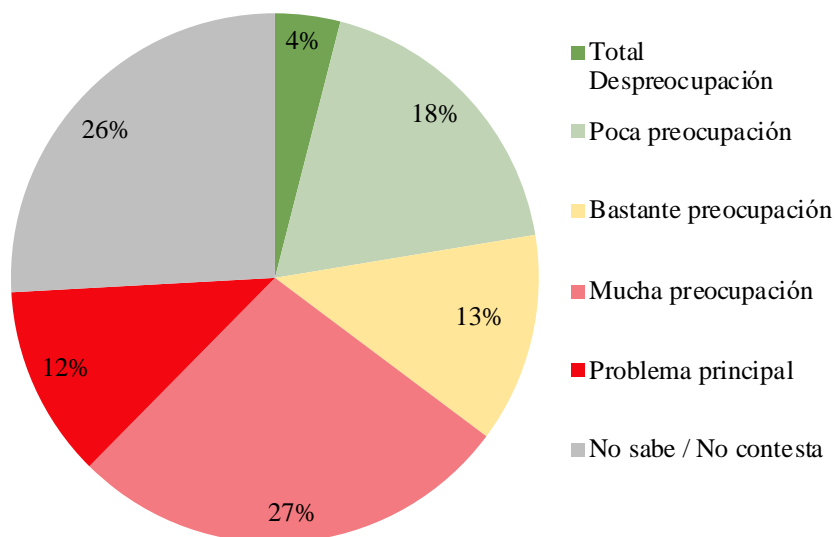
Propiamente, esta afirmación N°28 trata acerca de la percepción ciudadana en cuanto a su seguridad. Y en cuanto a los residentes renacentistas, su muestra ha respondido con cierta preocupación.

Si se suman las respuestas de “despreocupación” y “poca preocupación”, resulta ser que un 33% de los encuestados no se sienten verdaderamente preocupados. Pero un 41% de ellos sí manifiesta suficiente preocupación; a diferencia de otro 10% que creen que la seguridad pudiera ser el problema principal de practicarse el turismo en sus comunidades. Este 51% de encuestados preocupados basan sus respuestas ya que saben que en todos los lugares donde hay turismo de masas hay inseguridad por el descontrol; ahora más aún si se empieza a practicar por primera vez en una localidad como Renacimiento, sin previa experiencia en ser destino turístico.

El 18% restante de los encuestados no contestó, debido a su desconocimiento en cuanto al tema.

Gráfica 29

Conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.



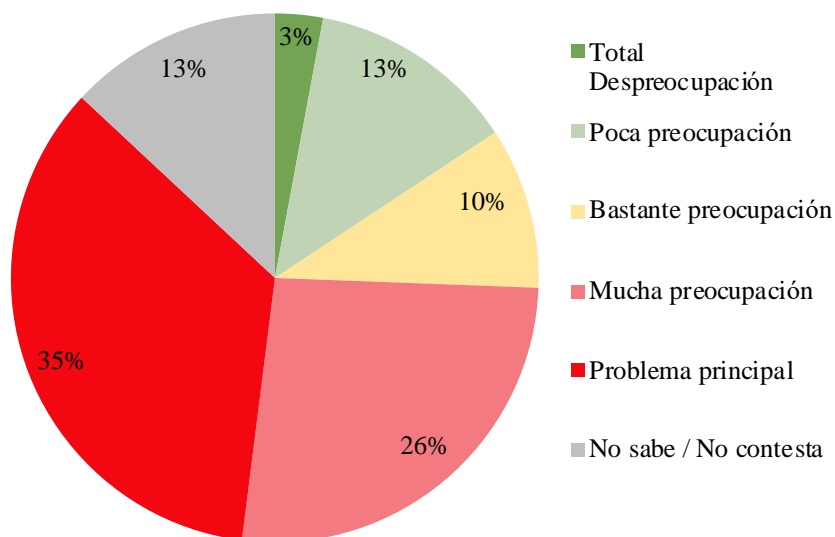
Fuente: Elaboración propia.

La afirmación N°29 también muestra entre los encuestados un alto grado de preocupación, justo en un 40%; aunado al 12% que considera que esta situación pudiera ser un problema principal. Ante estos resultados, se puede comentar que los renacentistas quieren mantener con recelo su patrimonio histórico y su legado cultural, propio del mestizaje entre el europeo con el originario, preocupados así porque al recibir a ciudadanos de todas partes del mundo, la cultura se torne diversa, poniendo definitivamente a la propia en riesgo.

Un 22% de los encuestados mostró cierto grado de despreocupación. Pero el 26%, ante esta afirmación, respondió con un “No sabe / No contesta”, lo que se demuestra un cierto -pero preocupante, a su vez- grado de desconocimiento en cuanto al tema de la conservación del patrimonio de la zona.

Gráfica 30

Empleo y desarrollo económico.



Fuente: Elaboración propia.

Siendo la última de las afirmaciones con respuestas tendientes al tema del turismo, la N°30, también tuvo como resultado respuestas que refleja mucha preocupación por parte de los encuestados, al punto que consideran este planteamiento más bien un problema principal, que despreocupación.

El 26% de los encuestados afirma que este tema es de “Mucha preocupación”, otro 10% opina que es de “Bastante preocupación”; pero un importante 35% piensa que este tema es un “Problema principal”. Estos resultados no solo reflejan el sentir actual de los factores “empleo” y “desarrollo económico” del distrito de Renacimiento en la actualidad, sino también su preocupación al poder ser un destino turístico, ya que el turismo genera empleo y desarrollo económico, pero debe ser gestionado adecuadamente para minimizar impactos negativos.

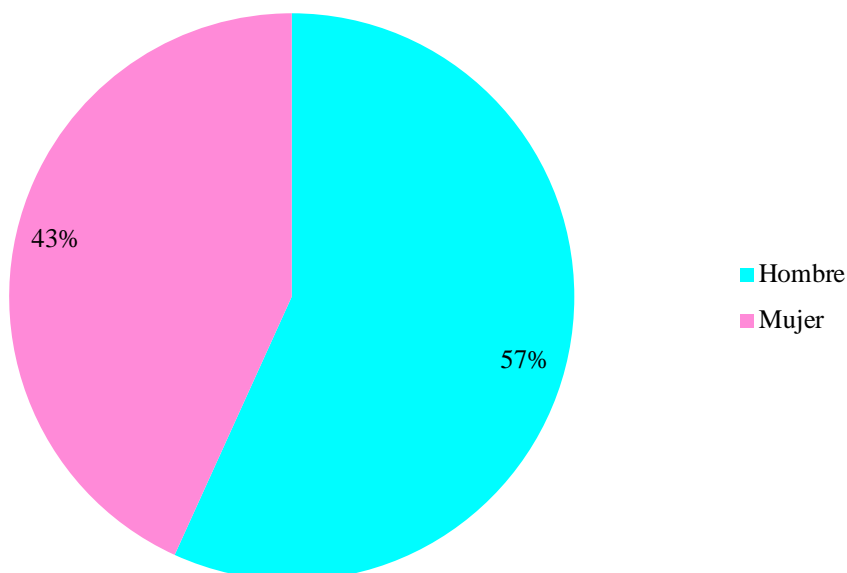
Tan solo son un 16% de encuestados a los que se les pudiera considerar como “despreocupados”, asumiendo, que lo más seguro, no sienten necesidades de falta de ingresos, ya sea por sus tipos de

trabajo o niveles de ingreso. Pero sí hay un 13% restante que decidió no opinar, al no saber cómo contestar a esta afirmación.

A partir de la siguiente gráfica, se presentan las características que definen a los encuestados en sus aspectos personales, económicos, profesionales y familiares.

Gráfica 31

Sexo

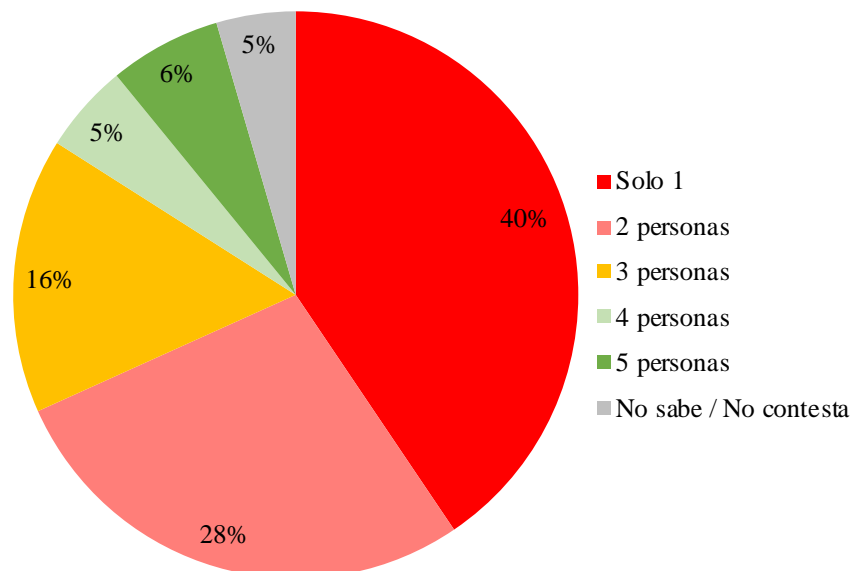


Fuente: Elaboración propia.

Entre los encuestados que conformaron la muestra de la población renacentista, la participación fue mayoritariamente de los varones en un 57%. La representación femenina se dio en un 43%, ya que, al hacerse la encuesta en la calle y campos, a la mayoría de las mujeres se les encontraba en sus casas, por lo que se aprovechaba la situación para allí encuestarlas.

Gráfica 32

¿Cuántas personas trabajan en su hogar?



Fuente: Elaboración propia.

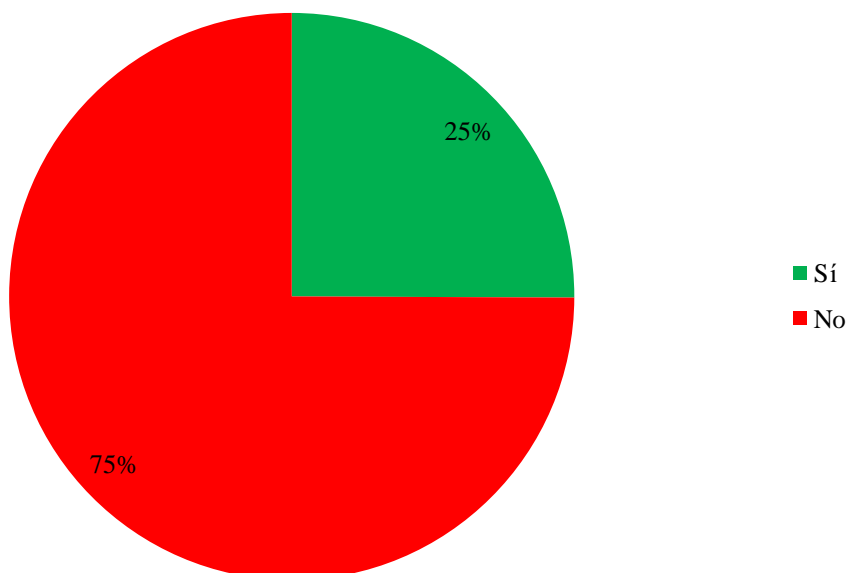
Con esta pregunta se intenta averiguar cuántas personas trabajan en el hogar de los encuestados, dando como resultado que, en la mayoría de los casos, tan solo uno aporta a la economía del hogar, siendo este el 40%; mientras que el 28% manifestó que son dos las personas que sostienen el hogar. Un 16% indica que en su familia tres personas trabajan, otro 5% informa que cuatro personas; mientras que el 6%, trabajan cinco personas.

Entre los 375 encuestados, 17 respondieron a la opción de “No sabe / No contesta”. Pero tras bastidores se pudo averiguar que se trataba de desempleados sin vale gubernamental que buscaban cualquier forma de sobrevivir.

Estos resultados demuestran que la mayoría de los trabajos que se dan en el distrito de Renacimiento son eventuales, pero con la pandemia del Covid-19, se perdieron muchas oportunidades, en áreas agrícolas mayoritariamente.

Gráfica 33

¿Pertenece usted a alguna organización?



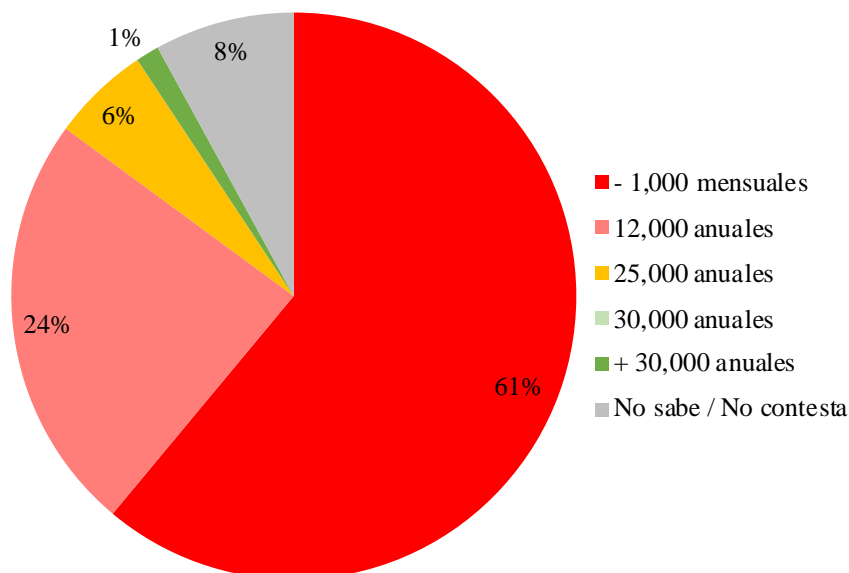
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a si los encuestados pertenecían a alguna organización, el 25% de ellos contestaron que sí, y en efecto algunos pertenecen a cooperativas o asociaciones de productores agrícolas, y otros varios explicaban que formaban parte “de la iglesia”.

Y se podrá ver que la mayoría, el 75% de los encuestados no están agremiados en ningún tipo de organización.

Gráfica 34

Ingreso personal



Fuente: Elaboración propia.

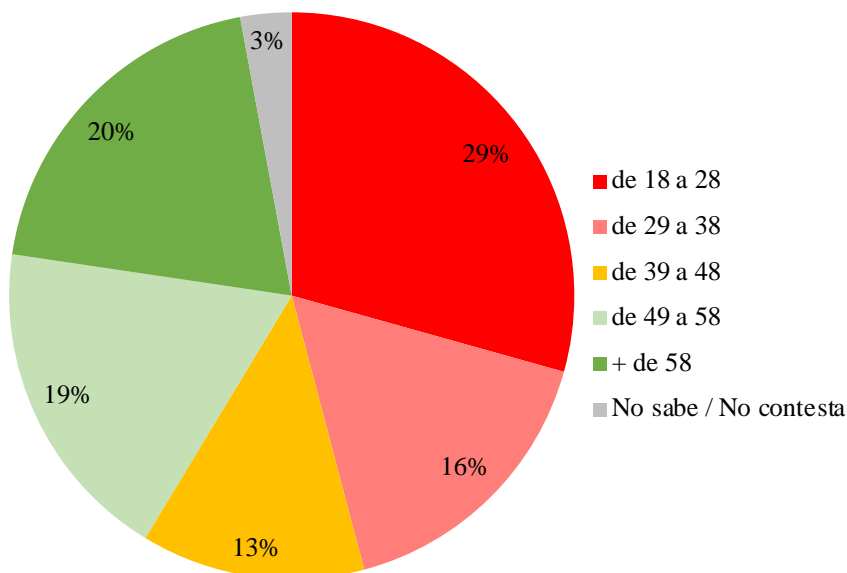
Como se puede observar en esta gráfica, en cuanto a los ingresos personales de los encuestados, un abrumador 85% de ellos gana entre de mil balboas mensuales o menos aún. Apenas son 21 encuestados los que ganan entre dos mil balboas mensuales o un poco más; y tan solo 5 encuestados gana alrededor de los dos mil quinientos Balboas mensuales.

30 de los encuestados consideraron no responder a la pregunta; inclusive, porque algunos ni sabían cuánto ganaban, ya que sus ingresos no son fijos, ya sean porque trabajan en la informalidad o cuando se les llame a trabajar.

Estos resultados demuestran que, en el distrito de Renacimiento, la gran mayoría de sus pobladores no ganan lo suficiente como para poder ser considerados parte de una clase media; por lo que se puede asumir que existe mucha pobreza.

Gráfica 35

Rango de edad



Fuente: Elaboración propia.

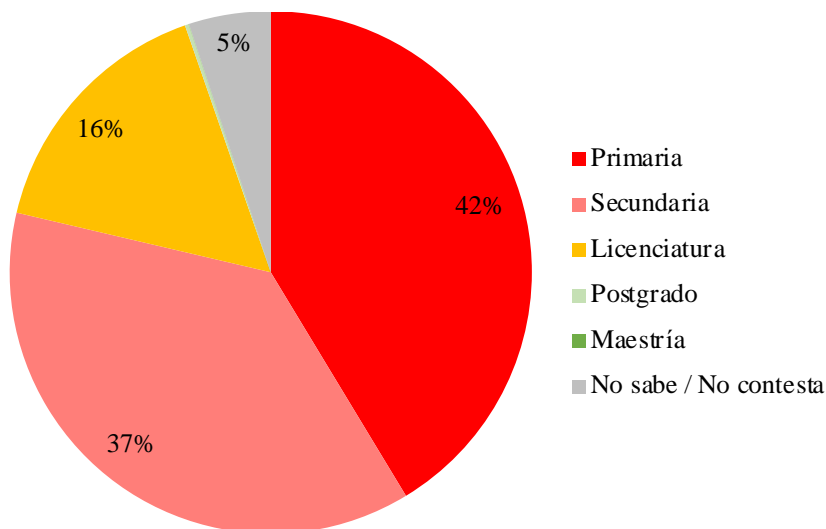
En cuanto al rango de edad de los encuestados, se tiene que el 45% tiene entre los 18 (algunos menos) hasta los 38 años, por lo que se pueden considerar relativamente jóvenes. Mientras tanto, se tiene a los de “mediana edad” (de entre los 39 a 58 años) conformando el 32% de los encuestados. Y 74 de los 375 encuestados o sea el 20% pueden ser considerados de la “tercera edad”, ya que cuentan con más de 58 años.

Como dato curioso, entre los once encuestados que prefirieron no contestar, algunos aducían no saber cuál era su edad.

De los resultados a este factor, se puede concluir con que la población del distrito de Renacimiento no es predominantemente joven, pero sí es económicamente activa.

Gráfica 36

Nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia.

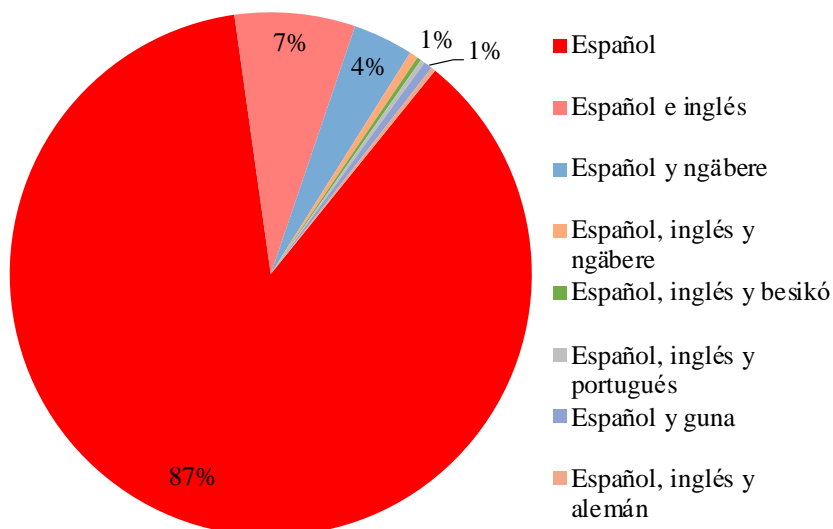
En lo relativo al nivel de estudios de los encuestados, se puede apreciar que un mayoritario 42% culminó, o suspendió sus estudios primarios; o sea, terminaron sus estudios primarios o se quedaron en ello. En el caso de los estudios secundarios, un 37% de los encuestados cursó la educación secundaria, total o parcialmente. Pero a diferencia de los niveles de estudios escolares, entre los encuestados universitarios (el 16% de los mismos) sí habían culminado sus estudios de Licenciatura, o estaban en ello, lo que, por cierto, solo uno de estos había obtenido su título de Postgrado.

Entre los 19 encuestados que prefirieron no contestar a esta pregunta, había algunos que no sabían hasta qué grado de primaria habían suspendido sus estudios, entre otros que adujeron nunca cursaron estudios primarios.

Estos resultados permiten concluir con que la población renacentista no cuenta con nivel de estudios básicos (hasta Secundaria), ya que, en algún momento de sus vidas, las labores del campo los obligaban a acompañar a sus padres, sacrificando el tiempo escolar.

Gráfica 37

Idiomas



Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que todos los encuestados lograron comunicarse en el idioma español, por lo que todos hablan este idioma. La razón por la cual se presenta el 87% como el mayoritario porcentaje de los encuestados etiquetados bajo este idioma, es porque solamente es ese el que hablan.

Tan solo 28 de los encuestados hablan tanto español como inglés, lo que se presume que estos pueden atender a turistas al hablar el idioma universal. Pero también existen otros encuestados bilingües, sobre todo con las lenguas originarias, cuyo número de encuestados son los siguientes:

- Español y ngäbere: 14
- Español y guna: 2

Pero también hubo encuestados trilingües, hablando tanto español como inglés además de una tercera lengua, cuyo número de encuestados fueron los siguientes:

- Español, inglés y ngäbere: 2
- Español, inglés y besikó: 1
- Español, inglés y portugués: 1
- Español, inglés y alemán: 1

Los resultados a esta gráfica pueden ser consecuencia de lo explicado anteriormente: bajo nivel educativo en la mayoría de la población. Tan solo el 13% de los encuestados (49 precisamente) habla inglés además de su lengua materna, y de estos tan solo dos hablan otro idioma europeo. Sin ignorar a los encuestados que hablan sus lenguas originarias, los que tuvieron que aprender el idioma español “a la fuerza” (en la escuela o su diario vivir), por ser el oficial en la república de Panamá.

4.1.1. Análisis de confiabilidad a la encuesta realizada en el distrito de Renacimiento

Para conocer la confiabilidad de un instrumento de recolección de datos, como en este caso la encuesta, esta se evalúa a través de distintas metodologías para medir su fiabilidad en las investigaciones dentro de las ciencias sociales.

En Para analizar la confiabilidad de la encuesta presentada, se ha escogido el análisis denominado como “Alfa de Cronbach”, el cual es un coeficiente usado para saber cuál es la fiabilidad de una escala o test (RUÍZ M., 2019); que en este caso, la escala sería las opciones de respuestas a los diferentes bloques de preguntas en cuanto a la percepción en acuerdo o desacuerdo, aceptación o rechazo, y del que mide el grado de preocupación o despreocupación de los

encuestados. Esta fórmula empieza por convertir, a datos cuantitativos, todos los datos obtenidos por parte de los encuestados como respuestas a las preguntas.

Siguiendo una serie de pasos, y obteniendo información estadística que se puede calcular a través de una hoja de cálculo (preferiblemente Excel), se despeja la siguiente fórmula, para obtener el “Alfa” o resultado.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

En donde las variables son las siguientes:

K : Número de ítems

V_i : \sum de las varianzas

V_t : Varianza total

Y realizando los cálculos pertinentes, las variables obtuvieron los siguientes resultados:

Número de ítems	K	30 (afirmaciones)
\sum de las varianzas	V_i	43.40629525
Varianza total	V_t	123.4130048

Se procede a despejar las variables de la fórmula para obtener el “Alfa de Cronbach”, a continuación:

$$\alpha = \frac{30}{30 - 1} \left[1 - \frac{49.07970053}{232.8613619} \right]$$

$$\alpha = \frac{30}{29} \left[1 - 0.210767901 \right]$$

$$\alpha = 1.07143 \left[0.789232099 \right]$$

...obteniendo como resultado un “Alfa” (α) de **0.816446999**. En este sentido es importante destacar que la literatura señala que el valor límite para aceptar un alfa de Cronbach es de 0,7; pero como el valor es de 0.82, esta encuesta como instrumento de recolección de datos cumple satisfactoriamente su validez.

4.1.2. Conclusiones generales a la encuesta realizada en el distrito de Renacimiento

Primeramente, se tratarán las características propias de la población, tomando como referencia a sus encuestados.

Por lo que se pudo conocer a través de esta encuesta, la población del distrito de Renacimiento no es precisamente joven, pero sí es económicamente activa. Son más los varones que las mujeres las que participan de la actividad laboral. Al ser Renacimiento una zona que gira en torno a las actividades agrícolas, la mayoría de los encuestados trabajan en fincas, cooperativas y demás operaciones conexas a las agropecuarias, pero de estos trabajos perciben ingresos mensuales por alrededor de los B/.1000, pero en la mayoría de los casos, perciben menos, hasta mucho menos; y sumado a esto, con este monto de ingresos, según el resultado de la encuesta, la mayoría de las veces es una sola persona la que sostiene la economía del hogar, en pocos casos dos, y cada vez menos tres personas o cuatro en el mismo hogar.

En cuanto al grado de educación, muchos de los encuestados culminaron o cursaron parte de la escuela primaria; o en menor grado, misma situación en la escuela secundaria. Algunos asistieron a la universidad y pocos de ellos se titularon.

Al igual que son muy pocas las personas que hablan un idioma más, o hasta dos, además del español. También los hay quienes pueden compartir el español con sus lenguas originarias; solo se conoció de dos personas que hablaban otra lengua europea, como el alemán y el portugués.

Ahora, analizando las afirmaciones (de la 1 a la 30), se recuerda que al encuestado se le hicieron estas divididas por tres bloques: el de percepción, el de aceptación o rechazo, y el del grado de preocupación; pues en base a estos, se presenta el siguiente análisis.

El bloque de afirmaciones con percepciones de los ciudadanos (a responder si se estaba en algún grado de acuerdo o en desacuerdo), tenían una serie de afirmaciones, tanto positivas como negativas. Las afirmaciones positivas dentro de este bloque eran las enumeradas 1, 2, 3, 5, 6, 7, 17 y 20; y sus respuestas en su amplia mayoría eran de estar de acuerdo en los aspectos planteados, que no son más que ventajas que se dan en una zona que es destino turístico, como inversión en la zona, mejora de la economía, incremento del interés en la preservación de los recursos turísticos culturales, además del empleo y la mejora de los servicios públicos en beneficio de los residentes y visitantes.

Dentro de este bloque también se encuentran las afirmaciones enumeradas 4, 10, 11 y 16, en donde se plantean las gestiones pendientes por hacer para desarrollar el turismo en la zona; y la contestación a esas respuestas fueron igualmente mayoritarias en cuanto a estar de acuerdo en los planteamientos tales como la promoción turística nacional, apertura de nuevos negocios y servicios turísticos directos y conexos, celebración de eventos culturales, y el respeto a la opinión de la población en la toma de decisiones por parte de autoridades referentes al desarrollo turístico.

Se plantearon dentro de este primer bloque una serie de afirmaciones de connotación negativa, siendo esas las enumeradas 9, 12, 13, 14 y 15; pero sus respuestas sí fueron divididas, ya que en cuanto a dejar “las cosas como están”, de que el turismo puede incrementar la delincuencia en el destino, y de que el turismo atenta contra las costumbres e identidad regional, la mayoría de los encuestados estuvieron en desacuerdo, salvo un tercio de la muestra que acordaron en que estos problemas son originados por el turismo. En cuanto a que, si la situación económica es preocupante, y si los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política, la mayoría estuvieron de acuerdo de forma amplia.

Y el último grupo de preguntas de este bloque de percepciones son las afirmaciones numeradas 8, 18 y 19, las cuales permiten al encuestado evaluarse a sí mismo en relación con el desarrollo turístico gestionado en su localidad. En las tres afirmaciones, en cuanto a estar listo el ciudadano para atender turistas, a tolerar la vida nocturna en su comunidad, y a emprender un negocio turístico, los encuestados en su amplia mayoría manifiestan estar de acuerdo.

Posteriormente, se presentan las afirmaciones enumeradas de la 21 a la 25, que conforman el bloque de aceptación o rechazo de las modalidades turísticas. Allí hay respuestas divididas; ya que si bien es cierto se tiene una leve mayoría en aceptación de paquetes vacacionales “todo incluido”, turismo de naturaleza (perfectamente aplicable a las comunidades de Renacimiento), turismo de congresos y otros eventos corporativos; se está en desacuerdo con el turismo de clubes vacacionales y de segunda residencia para extranjeros. Uno de los factores que no generan consenso entre los encuestados en sus respuestas, es la amplia cantidad de respuestas bajo la opción “No sabe / No contesta”, lo que da a notar la gran falta de conocimiento que tiene un poco más de un tercio de la

población renacentista en cuanto al tema del turismo en general, y sus consecuencias de practicarse en una zona.

Por último, el bloque de preocupación o despreocupación por temas cruciales en la comunidad, que enumera las afirmaciones de la 26 a la 30, señala factores como la conservación ambiental, centros educativos y otras infraestructuras públicas, seguridad ciudadana, conservación del Patrimonio, y la generación de empleo y desarrollo económico. En las cinco afirmaciones hay un grado de preocupación latente entre los encuestados. Donde menos preocupación se tiene es en tema de la seguridad ciudadana, conociéndose que las comunidades en Renacimiento son relativamente tranquilas, ya que se dedican más bien a las actividades agrícolas sin mayor cantidad de ocio. Pero, un poco parecido al bloque anterior, entre un poco menos de la cuarta parte de los encuestados respondieron a la opción “No sabe / No contesta”, por la falta de conocimiento en los temas tratados.

4.2. RESULTADOS DE LAS OBSERVACIONES DE CAMPO

A través de este punto, se describen las observaciones que identifican los hallazgos más pertinentes con la justificación y objetivos de esta investigación. Pero previamente se recuerda que toda la explicación pertinente al distrito de Renacimiento, como sujeto de esta investigación, se concentra en el primer capítulo; por lo que, ya conocida su situación y características, se procede a describir los hallazgos encontrados.

Esta observación directa se realizó en dos etapas:

- Durante los días en que se aplicaron las encuestas en cada una de las comunidades, no solamente se procedía a hacer la encuesta a los ciudadanos, sino que también se tomaban

fotografías y apuntes de las características más significativas de los sitios de interés y con potencial turístico.

- Posterior al proceso de encuestas, se planeó una gira de visitas a algunos de los sitios de interés turístico, como espacios naturales y fincas agroturísticas.

Para lograr el circuito de observación directa, se utilizaron las vías principales y tradicionales que comunican a cada uno de los ocho corregimientos del distrito, además de la vía principal directa que une al corregimiento capital de Río Sereno, con el vecino corregimiento de California en el distrito de Tierras Altas. Además de atravesar cañas gordas hasta llegar a Paso Canoas.

Los hallazgos encontrados se detallan a continuación en los siguientes puntos.

4.2.1. Productos turísticos

Se pudo comprobar que en el distrito de Renacimiento existen sitios de interés turístico debidamente planificados, como lo son fincas de producción agrícola y pecuaria, y lugares de expendio de comidas y bebidas, como los que encontramos, ha señalar:

- Fincas agroturísticas: en su mayoría son cafetaleras, conformando el denominado “Circuito turístico del café” de la provincia de Chiriquí, entre otras de productos agrícolas, ganaderas y de ambas actividades. Las fincas visitadas fueron:
 - Finca Don Kchiro,
 - Finca Hartman,
 - Finca Las Lagunas,
 - Finca Café Eleta.

- Muchas de estas fincas tienen centro de visitantes, con tiendas de venta directa de sus productos; algunas cuentan con cafetería que le permiten al visitante degustar los platillos de la zona. Todas cuentan con espacios para que el turista logre apreciar la producción y senderos para disfrutar el paisaje circundante. Y en el caso preciso de la Finca Hartman, esta cuenta con un pequeño museo.

- Cafeterías y restaurantes: son centros de expendio de alimentos, tanto restaurantes como fondas localizadas a la orilla de las principales vías del distrito, tanto para residentes como para turistas. Entre los que se visitaron (algunos de ellos enumerados en el punto 1.1.1.3. - Actividades económicas), están las siguientes:
 - Cafetería DXN,
 - Fonda Ana María,
 - Comidas Miguel,
 - Fonda Quintero,
 - Talamanca's Coffee and Food,
 - Restaurante y Parrillada El Campesino,
 - Restaurante Mirador Baitún,
 - Spaceland Food.

- Centros de alojamiento: no habiéndose encontrado hoteles, se señalan las siguientes cabañas, hostales y cuartos de alojamiento.
 - Posada Los Andes,
 - Rancho Hotel Cotito Boor,
 - Rancho Stampida,

Cabe destacar que, entre las fincas agroturísticas, se pueden tener espacios de alojamiento tipo cuartos o cabañas individuales, las que no son anunciadas tal cual como “alojamiento”, sino como parte de un paquete integral de la experiencia del agroturismo.

Están también contemplados como productos turísticos los festivales culturales, como el Festival Internacional Folclórico de Renacimiento, celebrado a finales del mes de noviembre; y la Feria agrícola, turística y artesanal de Santa Clara, celebrada todos los años a mediados del mes de abril.

4.2.2. Espacios escénicos

Como recursos naturales presentes en el distrito de Renacimiento, se encuentran paisajes de singular belleza con mucho parecido a bosquecillos europeos, y con recursos hídricos como ríos, lagunas y lagos, aptos para el turismo de aventura. Algunos de estos sitios son las cascadas Centinela, Sal Si Puedes, Salto del Mosquito, Cabello de Ángel, Chorro Blanco, la Laguna de Río Sereno, los cerros de Jurutungo, el embalse de la hidroeléctrica Paso Álvarez, el Parque Internacional La Amistad, entre otros.

4.2.3. Servicios turísticos

Ya se ha señalado en este documento que el distrito de Renacimiento tiene mucho potencial natural y cultural, el que es necesario poner en valor y promover para ser aprovechado turísticamente, ya que el mismo es poco conocido, inclusive por los propios panameños.

Lastimosamente hasta el momento no ha habido un verdadero interés por parte de las autoridades competentes (locales, regionales o nacionales) en desarrollar iniciativas que mejoren la calidad de vida de los lugareños., En todo el transcurso de la observación directa, en los lugares de interés

turístico visitados, no se observan sistemas de señalización que guíen a los visitantes, ni de información acerca del lugar.

Tampoco existe una oficina de información turística que permita al visitante conocer la zona, o para orientarlo en cuanto a los sitios de interés turístico allí localizados, el cuál sería de gran ayuda para llevar estadísticas de ingresos de visitantes y los motivos. En conclusión, en Renacimiento no existe infraestructura turística. Sí es cierto que el potencial y el actual producto turístico está en propiedad privada, lo que lo deja en manos de los propietarios de estas tierras, mayoritariamente finqueros, con la opción de su aprovechamiento agroturístico para fomentar el desarrollo rural.

Existe una Cámara de Turismo de Renacimiento, la cual tiene entre sus miembros a distintas empresas que practican el turismo en las modalidades más comunes en la zona, como las fincas agroturísticas; pero solo se da a conocer a través de una cuenta de Instagram (con un poco más de 450 seguidores) para presentar los sitios turísticos, no contando con un sistema masivo a todo el territorio nacional ni a las páginas Webs turísticas más reconocidas a nivel mundial, como Booking.com, Airbnb, Kayak, entre otras.

4.2.4. Análisis FODA a los hallazgos encontrados en la observación directa

Un análisis FODA es una matriz de planificación, que a partir del diagnóstico permite conocer verazmente la situación y el entorno del sujeto de investigación, conduciendo a identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, que sirven como elementos esenciales para lograr proponer un plan estratégico para el desarrollo de Renacimiento a través del turismo.

A continuación, se presenta la matriz FODA que ha sido generada como resultado del diagnóstico a los hallazgos encontrados en la observación directa.

Cuadro N°3

Análisis FODA a los hallazgos encontrados en la observación directa

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Escenarios naturales de gran belleza y alto potencial turístico.	Mayor autonomía de los municipios.
Recursos históricos y culturales.	
Zona eminentemente agrícola.	
Zona fronteriza con destino líder en ecoturismo.	Crecimiento de visitantes hacia Costa Rica que puede ser aprovechada.
Parte de la población tiene conocimiento y experiencia en agroturismo.	Interés de los ciudadanos.
Existencia de empresas agropecuarias e industriales como soporte al desarrollo del turismo.	
Parte del circuito turístico del café.	Creación de emprendimientos productivos.

DEBILIDADES	AMENAZAS
No existe oferta estructurada, los atractivos no llegan a convertirse en productos turísticos.	Competencia con destino ecoturístico reconocido y posicionado a nivel local e internacional.
No existe concepto de destino turístico, en consecuencia, no hay gestión turística local.	
Falta de infraestructura turística.	El Municipio no ejerce sus facultades contempladas en la Ley.
No existen alianzas público/privadas para promover el turismo.	
No hay sensibilización ni capacitación turística.	Poca afluencia de turistas.
	Poco apoyo por parte de ATP.

Fuente: Elaboración propia.

Aparte a los hallazgos encontrados en la observación de campo, también se ha logrado investigar, en complemento a las amenazas mostradas en la matriz FODA, una serie de obstáculos que dificulta el desarrollo turístico del distrito de renacimiento, siendo los siguientes:

Cuadro N°4

Obstáculos al desarrollo turístico en el distrito de Renacimiento

OBSTÁCULOS	CONSECUENCIAS
Falta de infraestructura turística	Limita la promoción.
Falta de una política de desarrollo turístico municipal.	A pesar de reconocer su potencial, El municipio solo se concentra en el cobro de impuestos, dejando de lado las competencias adquiridas por efecto de la descentralización.
	Competencias que no han podido asumirse con efectividad, debido a la deficiente organización y desconocimiento.
Pobre gestión de la ATP en la provincia.	Dificulta que se conozca el lugar, y ni siquiera lo contemplan en el último Plan Maestro.
Deficiente formación sobre gestión turística de los emprendedores.	Los lleva a hacer emprendimientos sin planificación ni organización y brindar un servicio deficiente.

Fuente: Elaboración propia.

4.3. CONCLUSIÓN GENERAL ACERCA DE LOS RESULTADOS

Si se toman los análisis a los resultados de la encuesta realizada a la muestra de la población económicamente activa de distrito de Renacimiento, se puede concluir con que su gente está dispuesta a ser anfitriones turísticos en sus comunidades, pero no están capacitados ni educativa ni culturalmente para ello, por lo que se debe capacitar a aquellos quienes quieran trabajar o ya estén trabajando en empresas que ofrecen productos turísticos, y demás organizaciones que se presten a

promocionar y guiar el turismo en todo el distrito, así como asesorar a la población en general en cultura y conciencia turística.

Si se toma como referencia los resultados originados por los hallazgos encontrados en la observación directa, se puede concluir que, antes de proponer este trabajo de investigación, como proyecto, ya se practicaba actividad turística desde hace años en el distrito de Renacimiento, sobre todo gestionada por algunas fincas tanto de operaciones agropecuarias, como cafetaleras; pero dicha actividad no incide significativamente en la economía, ni del distrito ni del Municipio de Renacimiento. Estas son actividades turísticas que se dan a conocer a través de quienes la ofrecen (las fincas), por medios virtuales, y cuya actividad genera beneficios casi exclusivamente para la misma empresa, mas no se percibe beneficien a los alrededores ni a las comunidades donde se encuentran.

Se concluye que lo anterior puede originarse precisamente porque el propio distrito no tiene infraestructura turística, lo que da a entender que, si bien es cierto existen destinos, productos ofrecidos e interés turístico, no se cuenta con un programa, proyecto o sistema que promueva su desarrollo turístico, para darse a conocer como destino masivamente.

Renacimiento es un distrito privilegiado para el turismo, pero sin explotar; ya que a pesar de contar con recursos naturales y culturales, con una población dispuesta a servir, y al ser vecino del líder ecoturístico de la región (Costa Rica), a la fecha sus autoridades municipales no se han interesado por su explotación turística; probablemente por desconocimiento y falta de empoderamiento, lo que los lleva a una percepción negativa de que su territorio no llama la atención; y, en consecuencia, no hacen ningún esfuerzo por despertar el interés de propios y extraños.

Peor aún es desconocer que son responsables de asegurar el progreso de su propio territorio con participación comunitaria, y que deben intervenir tempranamente en el desarrollo turístico local, para que éste se transforme en una actividad sostenible que genere plazas de trabajo, derrama económica y calidad de vida a su población, la que tiene cifrada sus esperanzas en ellos.

CAPÍTULO 5

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL DISTRITO DE RENACIMIENTO

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico será el punto de partida para posicionar el turismo en el distrito de Renacimiento, el cual brindará pautas para organizar las diferentes iniciativas que se gestan desde lo local, identificando así estrategias para potencializar el talento humano.

A través de esta investigación, se propone dicho plan el cual involucra a las comunidades del distrito de Renacimiento, haciéndoles partícipes de una industria que crece a pasos agigantados donde todos se puedan beneficiar: el turismo, a través de estrategias de turismo rural comunitario, en donde se puedan desarrollar granjas agrícolas o ganaderas con relación al agroturismo (como ya existen en el sector, pero por iniciativas privadas), estancias de hospedaje enfocadas al turismo rural, planeación comunitaria de productos ecoturísticos y aventura.

Lo anterior se puede realizar, ya que, en la actualidad, el crecimiento turístico dentro de las comunidades rurales ha generado bienestar económico, al mejorar la calidad de vida exaltando sus bellos y atractivos lugares; ya que estas son ricas en puntos ecológicos y biodiversidad exuberante, factores estos que, organizadamente, pueden ser explotados para incrementar el avance en esta zona.

Entre los diferentes tipos de turismo que se pueden disfrutar están el agroturismo, turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura, turismo alternativo y turismo deportivo. Todas estas tipologías son parte del denominado “turismo rural comunitario”, ya que ubica a los visitantes en zonas rurales, ricas en labores agrónomas como los son las granjas, ranchos, haciendas y ríos, ofreciendo como oferta principal la oportunidad de formar parte de las diferentes faenas agropecuarias, demás procesos productivos, y la de convivir con el personal que labora en el lugar, de tal manera que el

visitante pueda observar las diferentes etapas por las que debe pasar un producto de origen agrícola para su comercialización; además de degustar de estos productos.

Este tipo de turismo está en su plenitud a nivel mundial, por la gran actividad y campaña de conservación de la cultura, costumbres, tradiciones, conocimientos ancestrales, gastronomía, pensamiento, historia y lenguaje de la comunidad anfitriona; fuente importante de valoración. Y se presenta como una alternativa de desarrollo económico que busca mejorar las condiciones y calidad de vida de la comunidad anfitriona, donde las personas ofrecen actividades complementarias, con el objetivo de que los visitantes experimenten un turismo diferente, al tiempo que se realizan buenas prácticas para el manejo y conservación ambiental.

A continuación, se presenta la propuesta de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para el distrito de Renacimiento, primeramente, expresada en prospectiva (visión deseada y factible para el futuro, posicionamiento estratégico y productos turísticos a desarrollar), señalando a detalle la formulación del plan (objetivo general, objetivos específicos, lineamientos estratégicos y programas de actuación), y para finalizar se especifica su programa de implementación y seguimiento.

5.1. PROSPECTIVA DEL PLAN ESTRATÉGICO

El presente plan se diseña para el distrito de Renacimiento, conteniendo objetivos, estrategias y líneas de acción para su desarrollo, a cumplirse en un horizonte de cinco años, en la cual se asuma la gestión y ejecución de las acciones identificadas y propuestas por parte de un Comité de Turismo debidamente representado por todos los actores.

Como prospectiva, este punto presenta el enfoque orientativo para el desarrollo turístico que está compuesto por su alcance, misión, visión, políticas, valores, posicionamiento estratégico, y los productos turísticos factibles de desarrollar y comercializar en el área de estudio.

5.1.1. Políticas

Debido a que el actual Plan Maestro de Turismo 2020-2025 prácticamente no contempla al distrito de Renacimiento, se plantean las siguientes políticas para su Desarrollo Turístico bajo un modelo de Desarrollo Local, siendo las siguientes:

- Turismo Sostenible para el desarrollo económico, social y ambiental.
- Valoración de recursos turísticos.
- Administración pública-privada con participación de las comunidades locales.
- Empoderamiento de las comunidades locales.
- Concienciación de los visitantes para un turismo responsable.
- Adecuada redistribución de los recursos producto del gasto turístico.

5.1.2. Visión

Hacer del distrito de Renacimiento un municipio turístico sostenible reconocido por sus buenas prácticas.

5.1.3. Misión

Brindar una experiencia turística de calidad en el ámbito del turismo rural, de naturaleza y de aventura, con una gestión eficiente y planificada, promoviendo el desarrollo turístico sostenible en beneficio del visitante y de la comunidad residente.

5.1.4. Valores

Equidad, Inclusión social, Protección ambiental y Vocación de servicio

5.1.5. Posicionamiento Estratégico

- En el Ámbito Municipal: ser un referente como destino de turismo rural comunitario.
- En el Ámbito Regional: ser un referente como destino de naturaleza protegida.
- En el Ámbito Nacional: ser un referente como destino agroturístico con inclusión social.

5.1.6. Productos Turísticos

Los lineamientos generales para el diseño de los productos turísticos estarán basados en un turismo sostenible donde se desarrolla el turismo rural comunitario a través de servicios turísticos organizados y fincas agropecuarias (agroturismo).

En base a lo anterior se promueve cinco tipos de turismo, los que se definen a continuación en el siguiente cuadro.

Cuadro N°5

Tipologías de Turismo propuestas como productos turísticos

TIPO	CARACTERÍSTICAS	ACTIVIDADES
TURISMO COMUNITARIO	Tiene como finalidad hacer partícipe a los pobladores de los procesos de aprendizaje, empoderamiento y fortalecimiento de las actividades turísticas que se generan en su territorio, teniendo en cuenta la conservación ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> • Enoturismo. • Talleres de cocina. • Arqueología. • Preparación y uso de medicina tradicional. • Talleres artesanales.

TIPO	CARACTERÍSTICAS	ACTIVIDADES
TURISMO RURAL	Es practicado en zonas rurales, donde el turista tiene la posibilidad de salir de la ciudad, descansar en lugares con menor ruido y tener contacto con la naturaleza.	<ul style="list-style-type: none"> • histórico-cultural- paisajista • Visita a cascadas, lagos o ríos. • Senderismo. • Observación de flora. • Observación de fauna.
AGROTURISMO	Tiene similitud con el turismo rural, ya que tiende a centrarse en temas como la naturaleza, el paisaje, zonas rurales y participación del visitante en las granjas agrícolas.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la cultura local. • Aprender prácticas tradicionales de cultivos. • Participar en las cosechas y procesamiento de productos agropecuarios y forestales.
ECOTURISMO	Es generarle al turista conciencia ambiental, lo cual le permite no solo disfrutar de sus vacaciones, sino de encontrar espacios en los cuales aprenderán a cuidar el entorno natural.	<ul style="list-style-type: none"> • Cabalgatas. • Caminatas o senderismo. • Avistamiento. • Disfrute de lagos, ríos o cascadas.
TURISMO DE AVENTURA	Es practicado en zonas donde se puedan realizar actividades extremas, clasificadas según el entorno en donde se desarrollan.	<ul style="list-style-type: none"> • Parapente. • Buceo. • Kayak. • Pesca. • Ciclismo. • Cabalgata.
TURISMO CULTURAL	Se destaca por el contacto que se genera entre las culturas (visitante-comunidad) y sus identidades. El turista busca disfrutar del espacio cultural, arquitectónico, aprender de las comunidades locales y aprovechar el intercambio de experiencias.	Las actividades están relacionadas con aspectos artísticos como la arquitectura popular, exposiciones, étnico, folklore, costumbres y tradiciones, religioso, de formación, de acontecimientos singulares, festivo, literario y gastronómico.

Fuente: Elaboración propia.

Habiéndose establecido los productos turísticos, estos se planifican a través del siguiente cuadro:

Cuadro N°6

Planificación de los productos turísticos

PRODUCTOS	RECURSOS	INFRAESTRUCTURA	SERVICIOS	ACTIVIDADES
Cultura	Fiestas; bailes; gastronomía; artesanía; mitos y leyendas.	Centro de visitantes; alojamiento; restaurantes; kioscos; exhibición y ventas de artesanía.	Información; guías; servicios al turista.	
Agroturismo	Fincas despulpadoras de café. Fincas agrícolas, ganaderas y pecuarias.	Alojamiento; restaurantes típicos; venta de productos agrícolas y sus derivados; áreas de exposición.	Información; guías; servicios al turista.	Visitas guiadas. talleres gastronómicos; prácticas de siembra; recolección y procesamiento; ordeño; degustación; montar a caballo; ferias agrícolas.
Esparcimiento y recreación	Balneario; ríos; montañas; paisajes; miradores panorámicos.	Alojamiento; restaurante; baños públicos; senderos.	Información; guías; servicios al turista; alquiler equipo para pesca; primeros auxilios.	Pesca; caminatas; contemplación de la naturaleza; observación de flora y fauna; toma de fotografías.

Fuente: Elaboración propia.

5.1.7. Demanda Turística

Para el desarrollo de los productos turísticos propuestos, es necesario definir el segmento de la demanda al que están dirigidos. A continuación, se muestra la segmentación correspondiente para cada producto.

Cuadro N°7

Segmentación de la demanda por Productos Turísticos

PRODUCTO TURÍSTICO	MERCADO POTENCIAL	
Arqueológico	Visitantes, locales, regionales, nacionales e internacionales.	Con interés específico: orientados hacia la historia, con carácter recreativo.
Cultural	Visitantes locales, regionales e internacionales.	Con interés específico y ocasional: orientados hacia la cultura, con la motivación de conocer, interactuar y convivir con los pobladores, conocer sus costumbres, bailes, y modo de vida.
Agroturismo	Visitantes locales, regionales e internacionales.	Con interés específico y ocasional: orientados a actividades de esparcimiento al aire libre, descanso, relación, conocer, interactuar y convivir con agricultores para conocer técnicas y procedimientos del campo.
Esparcimiento y recreación	Visitantes locales, regionales e internacionales.	Con interés específico: orientados a actividades de recreo y esparcimiento al aire libre, descanso, relajación, conocer, e interactuar con la naturaleza, y practicar deportes extremos.

Fuente: Elaboración propia.

5.2. FORMULACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO

Una vez sustentadas las políticas, visión, misión, valores, posicionamiento estratégico, y los productos turísticos propuestos, se presenta la estructura del Plan Estratégico, siguiendo un orden lógico integrado por los siguientes factores.

5.2.1. Objetivos

5.2.1.1. General

Enlazar la actividad turística con la producción agropecuaria en el distrito de Renacimiento, como una prioridad para el desarrollo socioeconómico de la población

5.2.1.2. Específicos

- Diseñar estrategias que permitan un desarrollo turístico equilibrado.
- Promover el patrimonio natural y cultural, tomando como eje el agroturismo para el desarrollo de un turismo rural.
- Impulsar el desarrollo socioeconómico de la población a través de su sensibilización, capacitación y participación en el desarrollo de actividades turísticas.

5.2.2. Lineamientos Estratégicos

Estos lineamientos permiten definir programas y proyectos para la puesta en valor de los recursos, sirviendo de guía para una serie, acciones que permitirán el desarrollo turístico. Para el caso de este proyecto, son dos:

- **Desarrollo local:** en vista de que se carece de una estructura adecuada para el desarrollo de la actividad turística, se plantea hacer alianzas público-privadas para la construcción de infraestructuras y adecuación del entorno como factor prioritario.

- **Participación Local:** con la cual se quiere hacer a las comunidades protagonistas de su propio desarrollo.

5.2.3. Programas del Plan

Cada uno de los programas a detallar a continuación, son las diferentes estrategias propias de este plan turístico. Pero para tener una idea que sirva como base para plantear cada programa, se pueden establecer estrategias que surjan como “solución” a los factores mostrados en la matriz FODA resultante de los hallazgos propios de la observación directa.

El próximo cuadro establece una serie de estrategias por diferentes combinaciones de los cuatro componentes de la matriz FODA diseñada en el capítulo anterior, cumpliendo el propósito de proponer soluciones a los factores resumidos en dicha matriz.

Cuadro N°8

Estrategias derivadas de la matriz FODA

<p>Estrategias de las Fortalezas - Oportunidades Usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Poner en valor los atractivos turísticos. • Capacitación para mejorar los procesos y ofrecer un servicio de calidad.
<p>Estrategias de las Fortalezas - Amenazas Usar las fortalezas para evitar las amenazas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar planes turísticos sostenibles y mostrarse como una nueva alternativa turística frente a la competencia. • Realizar talleres de integración
<p>Estrategias de las Debilidades - Oportunidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear Organizaciones de Base Comunitaria (OBC). • Hacer Alianzas público-privadas. • Diseñar paquetes agroturísticos con valor agregado. • Incentivar la formalización de la actividad.

Superar las debilidades aprovechando las oportunidades.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar el talento humano en cultura de servicio.
Estrategias de las Debilidades – Amenazas Reducir las debilidades y evitar las amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar planes de capacitación para todos los actores. • Diseñar un sistema de seguimiento para monitorear y controlar los procesos establecidos para lograr los objetivos y metas planteadas.

Fuente: Elaboración propia.

Estas estrategias originan los programas a cumplir en el Plan Estratégico propuesto para el desarrollo turístico del distrito de Renacimiento. Y de estas, se han establecido los siguientes programas de actuación para hacer operativo lo planteado en los lineamientos estratégicos, interactuando con la visión y los objetivos establecidos. Véase, en el cuadro posterior, que cada programa está enumerado, ya que debe manejarse por separado cada uno como un proyecto, en base a acciones a seguir, metas a conseguir, y consecuentes objetivos.

Cuadro N°9

Programas del Plan Estratégico Turístico

PROGRAMA	OBJETIVO	ACCIÓN	METAS
<i>Programa 1.</i> Ajustar la estructura del municipio.	Crear en la estructura del municipio un Comité. o Dirección de Turismo, Ambiente y Desarrollo Sostenible.	Impulsar ante las autoridades locales un cambio en la estructura del municipio con personal capacitado para llevar adelante el plan.	Hacer del distrito de Renacimiento un municipio turístico.

PROGRAMA	OBJETIVO	ACCIÓN	METAS
<i>Programa 2.</i> Sensibilización.	Crear agentes de cambio.	Talleres de sensibilización para todos los actores.	Despertar la conciencia. Empoderar actores.
<i>Programa 3.</i> Atención al Público.	Imponer una cultura de servicio.	Talleres de formación en cultura de servicio al cliente.	Actores debidamente formados para atención al cliente.
<i>Programa 4.</i> Asociatividad.	Promover la creación de organizaciones de base comunitaria (OBC).	Capacitación sobre los beneficios y ventajas de estar asociados.	Comunidad debidamente organizada.
<i>Programa 5.</i> Alianzas público-privadas.	Integración de todos los actores.	Convocatoria y conformación del Comité municipal de Turismo.	Facilidades para apoyo a emprendimientos productivos.
<i>Programa 6.</i> Análisis de necesidades.	Elaborar estudio de oferta y demanda para identificar necesidades y expectativas de clientes o prospectos reales y potenciales.	Inventario y evaluación de la oferta turística del distrito y su demanda potencial.	Identificar pobladores y OBC con disposición y condiciones para brindar servicios turísticos.
<i>Programa 7.</i> Promoción del destino.	Diseño de logo, marca y difusión de la oferta.	Creación de rutas, circuitos, y servicios turísticos.	Posicionar al distrito como un lugar ideal para la aventura y el disfrute de la naturaleza.

PROGRAMA	OBJETIVO	ACCIÓN	METAS
<i>Programa 8.</i> Reglamentación turística.	Capacitar e implementar buenas prácticas y estándares de calidad.	Diseñar manuales de buenas prácticas.	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación turística • Sello ambiental. • Actores capacitados.
<i>Programa 9.</i> Desarrollo local.	Consolidar el desarrollo municipal con la aplicación de políticas públicas orientadas a la obtención de recursos para emprender.	Buscar financiamiento para los emprendedores.	Infraestructura turística disponible.
<i>Programa 10.</i> Sostenibilidad ambiental.	Establecer el plan de manejo de la zona.	Implementación en el manejo de residuos sólidos y otros de protección ambiental.	Programa de protección donde se definan los diferentes usos permitidos y las zonas para cada actividad con el fin de minimizar los impactos negativos.

Fuente: Elaboración propia.

5.3. IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO

Para la puesta en marcha de este plan estratégico, se debe seguir el modelo planteado en el cuadro anterior, ya que las metas y acciones propuestas a cumplir, se compararían con los compromisos adquiridos por los actores turísticos (por programas) a los costos presupuestados y a los tiempos establecidos, los que se adquieren a través de negociaciones con estos actores, a nivel del distrito y/o sus comunidades.

Pero a la vez, debe haber consenso entre los actores y voluntad política por parte del Municipio de Renacimiento en la creación de una oficina o dirección que se encargue de dar seguimiento a los programas, y facilite la puesta en marcha en los tiempos establecidos, por lo que para ello se crea la entidad denominada “Comité de Turismo” conformada por los pobladores de Renacimiento, como vigilantes del cumplimiento de tales programas.

Para crear esta entidad y oficina se necesita lo siguiente:

- **Recursos financieros:** los cuales deben ser aprobados con disposición económica por la administración local.
- **Recursos humanos:** el cual debe estar compuesto por la representación de todos los actores turísticos del distrito.
- **Recurso material:** para poder tener una sala para reuniones, aulas para capacitación, y equipamiento tecnológico necesario para la operación de esta oficina, tanto allí como en el campo.

5.3.1. Control de implementación y seguimiento

El siguiente cuadro (a mostrarse en la siguiente página) puede servir de modelo para la implementación y seguimiento del plan estratégico:

Cuadro N°10*Modelo de seguimiento de los Programas del Plan Estratégico Turístico*

PROGRAMA	RECURSOS NECESARIOS	INVERSIÓN (en balboas)		TIEMPO
		UNITARIA	TOTAL	
<i>Programa 1.</i> Ajustar la estructura del municipio.	Habilitación de oficinas, sala de reuniones y de Capacitación, adquisición de equipo rodante y de campo	Construcción de locales	50,000	Primeros 3 meses.
		Mobiliario y equipo	8,000	
		Equipo rodante	20,000	
	Recursos Humanos: • Directora: B/.1,5000 al mes. • Tres colaboradoras: B/.900 al mes cada una. • Seis estadísticos: B/.650.00 cada uno.	B/.2,024.10 con prestaciones B/.3,643.38 las tres con prestaciones B/.5,262.66 los seis con prestaciones.	655,808.40	Horizonte del proyecto.
<i>Programa 2.</i> Sensibilización.	Cuatro talleres de capacitación a ciudadanos interesados por año, los dos primeros años.	B/.1,500 cada uno.	12,000	Primeros 24 meses.
<i>Programa 3.</i> Atención al Público.	Dos consultorías, una destinada a las OBC y otra a las empresas del distrito.	B/.5,000 cada una.	10,000	Primeros 12 meses.
<i>Programa 4.</i> Asociatividad.	Cuatro seminarios de organización por año, los dos primeros años, hasta consolidarse las OBC.	B/.1,500 cada uno.	12,000	24 meses.

PROGRAMA	RECURSOS NECESARIOS	INVERSIÓN (en balboas)		TIEMPO
		UNITARIA	TOTAL	
<i>Programa 5.</i> Alianzas público-privadas.	visitas y reuniones a empresas y otras entidades, dentro y fuera del distrito.	Función de la Directora como parte de sus gestiones		Horizonte del proyecto.
<i>Programa 6.</i> Análisis de necesidades.	Una consultoría	B/.3,000		Primeros 5 meses.
<i>Programa 7.</i> Promoción del destino.	Una consultoría. Plan de mercadeo y publicidad. (incluye logo y diseño de marca)	B/.16,500	86,500	Primeros 18 meses.
	Material publicitario.	B/.50,000		
	Negociaciones con agencias de viajes no tienen costo función de la directora.	B/.20,000		
<i>Programa 8.</i> Reglamentación turística.	Consultoría legal.	Se usa la del propio Municipio.		A partir del tercer mes hasta el octavo.
	Un seminario de presentación y capacitación de la norma.	B/.2,000		
<i>Programa 9.</i> Desarrollo local.	Promoción para la obtención de recursos para emprender.	Función de la Directora con otras entidades, como AMPYME		Primeros 24 meses
<i>Programa 10.</i> Sostenibilidad ambiental.	Una consultoría para diseño de itinerarios y rutas turísticas.	B/.3,000	393,000	Horizonte del proyecto.
	Una consultoría para la elaboración de senderos y	Apoyados por las Juntas Comunales.		

PROGRAMA	RECURSOS NECESARIOS	INVERSIÓN (en balboas)		TIEMPO
		UNITARIA	TOTAL	
	mantenimiento de los existentes.			
	Desarrollo de hospedajes comunitarios	Proveniente de apoyo público, empres privada y ONG's.		
	Sistema de recolección y disposición saludable de desechos en todo el distrito.	Recoleccion diaria en todo el distrito, cuatro días a la semana: B/.1,500. Diposición semanal de los desechos recolectados: B/.500.		

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar, llevar a cabo todo el proyecto a través de sus programas, requerirá, durante todo el horizonte del proyecto de los siguientes recursos:

- **Recursos financieros:** por un monto exacto de B/.1,252,308; lo que se puede traducir anualmente a B/.250,462, o mensualmente a B/.20,872. Claro está que los montos anuales y mensuales no se gastarán tal cual, ya que la mayoría de los montos se realizarán, muchos de ellos, durante los primeros 24 meses del proyecto.
- **Recursos humanos:** contando con una directora del Comité de Turismo y tres colaboradoras; estas últimas trabajarían la mayoría de las veces en campo. Además de los especialistas que

participarán en las distintas consultorías y facilitadores de seminarios y talleres de capacitación propuestos.

5.3.2. Uso de indicadores

Los indicadores son unidades de medición que permiten evaluar el rendimiento de los procesos de un proyecto, los que permiten determinar si los programas, a través de sus tareas, se están llevando a cabo debidamente.

Para este proyecto, como seguimiento al presentado plan estratégico, se ha determinado el uso de dos indicadores, a explicar:

5.3.2.1. Indicadores del desempeño

Se puede definir a los indicadores de desempeño como métricas que evalúan el rendimiento de una empresa en comparación con un conjunto de objetivos preestablecidos o resultados esperados en un período de tiempo específico (DA SILVA, 2020).

Los indicadores de desempeño a establecerse para este plan estratégico son:

- El logro de la construcción de infraestructuras ..
- El lograr integrar servicios básicos y complementarios.
- El tener rutas turísticas y eventos culturales los fines de semana y puentes.

Cada uno de estos logros propuestos a cumplir será comparados con el de otros proyectos, para conocer capacidad de realización, tiempos y costos, y así medir su eficiencia.

5.3.2.2. Indicadores de visitantes

Este tipo de indicador será un formulario, que permitirá tener el control de los visitantes que ingresan al distrito de Renacimiento. Así se sabrá, motivos de la visita, tiempo, estacionalmente durante el año, y qué tipo de personas (según el cumplimiento de determinados factores socioculturales) visitan el distrito con fines turísticos.

Este indicador constará de los siguientes datos de información:

- Fecha de ingreso al distrito.
- Fecha de salida del distrito.
- Numero de acompañantes.
- Motivo de la visita.
- Tipo de turista (regional, nacional, internacional)
- Dónde se hospedará.
- Tipo de transporte

Esta información se tomará a los visitantes en las dos principales vías de acceso al distrito, por parte de colaboradores de la Alcaldía. Los datos recabados deberán ser tabulados de forma inmediata, y analizados mensualmente para evaluar el comportamiento de los visitantes; y así plantear acciones de mejoras y mantener la afluencia turística en el distrito.

5.4. RESULTADOS ESPERADOS

Como todo plan estratégico que se plantea, como proyecto se espera que alcance resultados positivos para el distrito de Renacimiento.

5.4.1. Posibles impactos del plan estratégico

Estos resultados se pueden ver en los impactos que genera el turismo en el distrito, como pueden ser los siguientes:

5.4.1.1. Incremento del turismo receptivo

El turismo receptivo es precisamente el más esperado en un país, ya que es el de los turistas provenientes de otros países (extranjeros).

El turismo receptivo es un generador divisas (usualmente dólares) para un país; esto se da por el gasto que realizan los turistas extranjeros, generando los mismos efectos monetarios que una exportación de cualquier otro bien que se genera en el país comprador; en ambos casos captan dólares que pasan a formar parte del dinero circulante de la nación (Turismo y Gestión Municipal, 1997, p. 49); pero más regionalmente, en el distrito de Renacimiento.

5.4.1.2. Incremento del turismo interno

Igualmente incrementa el turismo interno (local, el de los turistas nacionales). Este es el turismo que se da cuando los ciudadanos que residen en una parte del país se desplazan a otras, demandan bienes y servicios turísticos. Esto genera un consumo en el lugar visitado, el cual es pagado con dinero que los visitantes han generado en sus ciudades o comunidades de origen, siendo importante para las economías locales dado que ingresan recursos económicos externos (Turismo y Gestión Municipal, 1997, p. 50).

Esto quiere decir que el distrito de Renacimiento no solo necesita dinero proveniente del exterior, igual también puede recibir el proveniente de otras ciudades y comunidades de la república de Panamá, para incrementar su economía local, traduciéndose en beneficio a sus residentes.

5.4.1.2. Incremento de las arcas municipales

“El turismo tiene importantes impactos sobre los ingresos municipales en diferentes aspectos” (Turismo y Gestión Municipal, 1997, p. 51).

Los ingresos que puede percibir el Municipio de Renacimiento por la recaudación de impuestos y tasas municipales según las leyes de la república, producto de la actividad turística, pueden ser los siguientes:

- en los permisos de construcción, de las diferentes infraestructuras turísticas realizadas por la inversión privada, como sitios de alojamiento y demás negocios turísticos, edificios para restaurantes y/o bares, balnearios, centros de ocio nocturno (casinos, discotecas o salas de eventos)
- de anuncios comerciales, como vallas publicitarias y letreros de señalización de comercios, para anunciar negocios turísticos;
- el aumento de las ventas del comercio en general, que contribuye indirectamente en la cadena turística; lo que a su vez incrementa las ganancias de los negocios del área, los que se traducen en más impuestos municipales a recaudar generado por los ingresos, ventas o comisiones brutas anuales de cada una de las actividades comerciales, industriales y lucrativas del comercio en el distrito;

- indirectamente, en la generación de empleo local, ya que las actividades turísticas pueden incorporar a ciudadanos desempleados (o con nuevos y mejores empleos), lo que a su vez les incentiva el consumo en el comercio local.

5.4.1.3. Incremento de más y mejores infraestructuras públicas

Al haber más turismo, se necesitará construir más y mayores infraestructuras, sean turísticas o de servicio a la propia comunidad (residentes), como lo son:

- centros de salud (u hospitales y clínicas privadas);
- reforzamiento de los estamentos de seguridad (más cuarteles y/o destacamentos para albergar a más unidades de la Policía Nacional o “fronterizos” – SENAFRONT);
- más centros educativos de cualquier nivel;
- mayores vías de acceso (más carreteras y/o mejores y más adecuados caminos de penetración a fincas y sembradíos o áreas residenciales apartadas);
- parques, plazas y miradores para el esparcimiento;
- centros comerciales para cubrir la creciente demanda e incentivar la inversión privada.

...entre otras.

5.4.1.4. Incremento del empleo y el emprendimiento

Como ya se mencionó en el punto relativo al incremento de las arcas municipales, las actividades turísticas esperadas con este proyecto para el distrito de Renacimiento pueden incrementar el pleno empleo, de cualquier tipo; de los cuales se explican a continuación:

- **Empleos directos:** son los generados directamente en las empresas de todo tipo; pero se espera que se generen más aun por la proliferación de más en empresas turísticas dentro del distrito,

siendo estos hoteles, restaurantes, agencias turísticas, tiendas de conveniencia en gasolineras, tiendas u organizaciones de ventas de artesanías, empresas de guía turística, entre otros.

- **Empleos indirectos:** son los conocidos como “suplementarios”, o generados por empresas cuya actividad forman parte de la cadena turística, sin ser empresas turísticas; como lo pueden negocios familiares de preparación de comidas y postres, fincas proveedoras de alimentos e insumos, tiendas, supermercados, transportistas, distribuidores exclusivos para empresas turísticas, entre otras, con tal de satisfacer el aumento de la demanda.
- **Empleos inducidos:** el generado por tipo de empresas en la zona, pero que requieren de mano de obra de otros distritos o regiones, al ya no ser suficiente la local, con tal de satisfacer la cada vez más creciente demanda turística.
- **Empleos temporales:** como su nombre lo dice, no son permanentes; pero se generan producto de proyectos con término esperado, como la construcción de infraestructuras, aumento en cosechas, el requerimiento de servicios esporádicos como consultorías, investigaciones y asesorías, entre otras.

5.4.2. Indicadores dimensionales

Si bien es cierto se trató el tema de los indicadores en otro punto, en este caso se utilizan estos indicadores como medida de diagnóstico, más que de comparación, ante la actividad turística.

Este tipo de dimensiones (a señalar y explicar más adelante) surgen para complementar la planificación del proyecto y así vislumbrar problemas futuros para atender a tiempo (SANTISTEBAN, 2019, p. 54). Y para este proyecto, considerando los ejes de la sostenibilidad (ambiental, económico y sociocultural) y de desarrollo turístico, estas dimensiones identifican problemas y riesgos e indicadores para situaciones específicas.

Estos indicadores dimensionales se toman como referencia de un proyecto de desarrollo turístico realizado para el distrito de Pimentel, provincia de Chiclayo, Perú (SANTISTEBAN, 2019, pp. 46-59), por su potencial turístico como balneario de playa. Al analizarlos, se aplican perfectamente para medir la implementación de este proyecto de desarrollo turístico para el distrito de Renacimiento, ya que mide el éxito del proyecto a través del eje de turismo sostenible y de la aceptación de la población a la actividad turística como anfitriones.

A continuación, se presentan los indicadores dimensionales:

- **Dimensiones en cultura turística:** para conocer la importancia que cumple el ciudadano local en su comunidad, en cuanto a su adaptabilidad a la actividad turística.
 - **Dimensión cognitiva:** en donde se mide a los locales aspectos como:
 - conocimientos en historia de la zona, esperando que conozcan del origen y aspectos importantes de su comunidad;
 - factores culturales y ambientales, que no choquen con las actitudes culturales de los visitantes;
 - conocimientos sobre el turismo y sus impactos sobre sí mismo y su comunidad.
 - **Dimensión instrumental:** en donde se mide a los locales como un instrumento turístico dentro de su localidad como destino turístico, lo siguiente:
 - habilidades sociales a nivel personal, como para saber interactuar con los visitantes;
 - habilidades para tomar decisiones como miembro de una comunidad.
 - **Dimensión afectivo motivacional:** en donde se busca conocer del ciudadano anfitrión, lo siguiente:
 - estado de ánimo, en cuanto a la actividad turística que le rodea;
 - nivel de satisfacción con el desarrollo de la actividad turística.

- **Dimensión actitudinal:** igual que en la dimensión anterior, se busca conocer del ciudadano anfitrión lo siguiente:
 - disposición a solucionar problemas, y así no quedarse solo “en el problema”, lo que evita volver a generarlo, y proponer acciones correctivas;
 - actitudes generales frente al turismo que se practica en su comunidad.
- **Dimensión comportamental:** en donde se busca conocer el grado de cooperación del ciudadano, en los siguientes aspectos:
 - grado de participación y apoyo a las acciones en la comunidad.
 - grado de difusión y participación en las acciones de su entorno social.
- **Dimensiones en desarrollo turístico:** para conocer la importancia que tiene el turismo, practicado sosteniblemente, tratando de no alterar ni a la comunidad como destino turístico ni a sus ciudadanos como residentes.
 - **Dimensión ambiental:** la cual mide el grado de desarrollo de la comunidad o zona turística, velando por el carácter social y cultural de su gente; pero más específicamente, en cuanto a:
 - grado de participación de la comunidad, como el conjunto de todos sus habitantes;
 - grado de participación municipal, como ente autoritario y administrativo, del cual se esperan iniciativas propias para el desarrollo;
 - grado de participación empresarial; no solo en el desarrollo económico que aporta a la economía de la zona, sino en cuanto a participación como responsabilidad social (RSE) en el medio que le da la oportunidad de invertir, producir y ganar.

- **Dimensión Económica:** la cual mide las actividades comerciales e industriales resultantes de la actividad turística, para satisfacer la demanda, pero sin perjuicio de la comunidad anfitriona, vigilando:
 - los flujos turísticos, buscando un balance entre actividades turísticas y capacidad receptora de la comunidad anfitriona;
 - productividad en la zona, no solo en la comunidad como destino turístico, sino en las otras circundantes que ayudan a producir para satisfacer la demanda turística.
- **Dimensión Sociocultural:** el cual mide el grado de las personas -en su conjunto- en cuanto a su identidad y sentido de pertenencia con su comunidad o zona, y así involucrarse y compartir con los visitantes. Estas dimensiones permiten conocer de la población lo siguiente:
 - Opinión comunitaria en cuanto a los flujos y actividades turísticas en su territorio;
 - Niveles de seguridad turística, en cuanto a ellos como residentes y en la guarda y protección del visitante.
 - Compromiso y participación en cuanto a la gobernanza y sus derechos culturales.

Tomando en cuenta estas dimensiones, y a la vez utilizándolas como referencia de vigilancia ante las actividades turísticas esperadas en todo el distrito, se puede visualizar si los resultados esperados del plan estratégico, están surtiendo efecto, o no; ya sea para corregir o para aumentar el horizonte del proyecto en aras de maximizar más las estrategias, con tal de, así mismo, maximizar la actividad turística en Renacimiento, en su beneficio como distrito, de sus comunidades, y de demás zonas circunvecinas.

CONCLUSIONES

Renacimiento, más que un distrito, es una zona en la que confluyen comunidades, campos, montañas y muchos recursos hídricos; es bella y atractiva en cuanto a sus paisajes y cultura propia de gente trabajadora y emprendedora, orientada a la economía rural, propia de sus recursos naturales; pero así mismo cuenta con otros recursos históricos y culturales, los que permitirían la revalorización de los activos del territorio, si se explotara la zona sabiamente, por su gran potencial turístico, ya descubierto, pero sin un plan para su desarrollo.

En pocas palabras, recursos turísticos hay en todas las partes del planeta; lo importante es que se detonen y se saque el mayor provecho, y que esto brinde beneficios a sus pobladores. ¿Por qué no hacer esto con el distrito de Renacimiento?

Lo que sucede en Renacimiento, es que las causas de su desarrollo económico local, el cual es eminentemente rural, lo hacen precario; y en parte, esto está relacionado con la insuficiencia de ingresos dentro de su eje económico, de falta de iniciativa y voluntad por parte de su Municipio, por ausencia de líderes orientadores, y por la inexistencia de apoyo estatal y privado. Por todo esto, no se están elaborando proyectos de transformación productiva que tengan un impacto económico en la población; además de que la asistencia técnica y financiera es insuficiente.

Las causas del turismo sin promoción en el distrito son atribuibles al desconocimiento y falta de información sobre el valor turístico que tienen los atractivos y sitios naturales, producto de la negligencia e incapacidad de arrastre del gobierno local, el cual dejó escapar oportunidades en desmedro del bienestar económico social.

Además de lo anterior, existe poco liderazgo en las comunidades, lo que no permite la organización social alrededor de los fines comunes. Este aspecto genera que se sistematice la sensación de abandono y falta de auto estima de los pobladores.

Es por todo lo planteado en párrafos anteriores que se realiza y presenta este documento de investigación, proponiendo un plan estratégico para impulsar el desarrollo turístico en Renacimiento, y de esa forma crear fuentes de trabajo mediante la activa y comprometida participación ciudadana.

Para la implementación de la actividad turística en todo el distrito de Renacimiento, se requiere la mejora y la puesta en marcha de una serie de servicios e infraestructura adecuada que permitan su desarrollo; la oferta de alojamientos u hostales, caminos accesibles, comunicaciones, entre otras, las que forman el conjunto de las condiciones que hacen que mejore el nivel de calidad de vida de la población local, y que el turismo cuente con las condiciones básicas.

En cuanto a su gente, la población de Renacimiento posee la disposición de incursionar en el turismo, lo que, sin lugar a duda, como grupo organizado, harán marcar un hito en el desarrollo turístico para las comunidades. Y en cuanto a su geografía, ya hemos explicado que cuenta con recursos potenciales, los cuales se podrían convertir en un producto turístico a mediano plazo. Pero para alcanzar aquello, se deben realizar las gestiones pertinentes en los diferentes organismos e instituciones, para obtener los recursos, en busca de adecuar la infraestructura turística, mejorar la imagen de la comunidad, y para realizar una serie de proyectos bien encaminados que beneficien directamente a sus habitantes, permitiendo insertarlos en el campo turístico, y que sean ellos mismos quienes se encarguen de ofrecer una asistencia de calidad para el disfrute de los turistas.

Estas acciones, las puede liderar el propio Municipio de Renacimiento, el cual está en capacidad de gestionar actividades de desarrollo y ordenamiento territorial, y de manejo de recursos económicos, debido a que cuenta con instrumentos legales y normativos consagrados en la Constitución Política y otras leyes afines, disponiendo de una organización institucional y operativa, lo que lo empoderaría para mantener y generar convenios de cooperación nacional y extranjera en coordinación con varias instituciones, brindando facilidades a organismos nacionales y regionales que operen en su territorio, y trabajando con la comunidad a través de líderes, involucrados en las actividades culturales y productivas.

Como último párrafo a estas conclusiones, se ha comprobado a través de los conocimientos adquiridos en la literatura del Marco Teórico de este documento, en los resultados de la encuesta realizada a la población muestral del distrito, y según los hallazgos observados en campo, que el distrito de Renacimiento puede ser un polo de desarrollo económico, ambiental y cultural, a través de la explotación de sus recursos turísticos, de la mano del liderazgo de su Municipio, y en coordinación y armonía con su gente (los pobladores) y las empresas allí acantonadas.

RECOMENDACIONES

Después de haber concluido este trabajo de investigación, recomendamos lo siguiente:

Es preciso implementar estrategias de desarrollo económico local en el distrito de Renacimiento, para revertir los insuficientes ingresos, la falta de iniciativa propia de su Municipio, la ausencia de líderes orientadores, y la inexistencia de apoyo estatal y privado. Todo esto se refleja en la existencia de escasos proyectos de transformación productiva del sector rural, existe ausencia técnica y financiera.

Para valorar más su territorio, se debe tener la información necesaria y precisa sobre el valor turístico que tienen sus atractivos, sitios naturales y patrimoniales, para de allí ejecutar estrategias de desarrollo local que permitan revertir la incapacidad operativa del gobierno local, lo que debe terminar en la generación del bienestar social; en pocas palabras, elevar el nivel de vida de sus habitantes.

Es preciso concienciar sobre las ventajas y beneficios del turismo en localidades como las que cuenta el distrito de Renacimiento, para generar ingresos económicos, fuentes de empleo y mayor desarrollo productivo económico.

Por todo lo anterior, se recomienda ampliamente tomar en consideración este documento de investigación, analizar su propuesta en forma de “Plan estratégico de Desarrollo Turístico para el distrito de Renacimiento” bajo el esquema de turismo rural comunitario, e implementarlo cuanto antes según su detalle contenido en el Capítulo IV de esta tesis doctoral.

BIBLIOGRAFÍA

- ACERENZA, M. (1997). Reflexiones sobre la Planificación del Turismo en Latinoamérica. *Aportes y Transferencias*, 2(1), 47-64.
- ANAM. (2010). *Atlas Ambiental de la Republica de Panama 2010 (Primera Versión)*. Panamá: Autoridad Nacional del Ambiente Panamá.
- ANDRÉS, J. (2014). El turismo en los procesos de desarrollo rural. *Papeles de Geografía*, 17-36.
- ANDREU, M., & PÉREZ A., Y. (2007). La política turística en Panamá. Resultados perspectivas. *Cuadernos de Turismo*(20), 199-221.
- ANTÓN, S., & DURO, J. (2009). *Competitividad y sistemas de innovación territorial en el turismo*. Tarragona: Working Papers Innova 1.
- ARCOS D., A. (2009). *Sistematización de una experiencia de cadena de valor de biocomercio y su aporte al enfoque territorial del desarrollo rural: el caso de la cadena apícola en el Departamento del BHuila. Año 2005 al 2007*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- ARJONA, L., VARGAS, J., MARTÍNEZ, J., & CASTILLO, A. (2017). *Plan Estratégico Distrital de Renacimiento*. Panamá: Ministerio de Economía y Finanzas, Dirección de Programación de Inversiones, Oficina Regional de Chiriquí.
- AROCENA, J. (2002). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo. 2ª. Edición*. Montevideo: Taurus-Universidad Católica del Uruguay.
- AROCENA, J. (2013). El desarrollo local, una aproximación conceptual. *E: Revista De Extensión Universitaria*, 3(3), 6-13. Obtenido de UNL Revistas.
- ARTURO K. (15 de octubre de 2015). *Cómo hacer una encuesta paso a paso*. Obtenido de CreceNegocios: <https://www.crecenegocios.com/como-hacer-una-encuesta-paso-a-paso/>
- ASAMBLEA NACIONAL. (2006). *LEY No. 6 De 01 de febrero de 2006*. Panamá: Gaceta Oficial N°25478.

- ASAMBLEA NACIONAL. (2009). *Ley No 61 (De viernes 23 de octubre de 2009)*. Panamá: Gaceta Oficial Digital N°26395.
- ASAMBLEA NACIONAL. (2015). *Ley 66 de 29 de octubre de 2015*. Panamá: Gaceta Oficial Digital N°27901-A.
- ASHELEY, C., & MICHEL, J. (2010). *Tourism and poverty reduction: pathways to prosperity*. Londres: Earthscan.
- ATP. (2020). *Plan Maestro de Desarrollo Turístico Sostenible de Panamá. Actualización 2020-2025*. Panamá: Autoridad de Turismo de Panamá.
- AZÓCAR AÑEZ, R. (13 de abril de 2016). *Desarrollo Local y geopolítica del Poder*. Obtenido de Aporrea: <https://www.aporrea.org/ideologia/a226152.html>
- BANCO MUNDIAL. (22 de octubre de 2018). *Panamá ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en todo el mundo. El crecimiento medio anual fue del 7.2 por ciento entre 2001 y 2013*. Obtenido de El Banco Mundial en Panamá: <https://www.bancomundial.org/es/country/panama/overview>
- BARREIRO, F. (2000). *Desarrollo desde el territorio. A propósito del Desarrollo Local*.
- BARRERA, E. (2007). El turismo rural: un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. En C. VIEYTEZ, *Agronegocios alternativos, enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*. Buenos Aires: Editorial Hemisferio.
- BARROSO GONZÁLEZ, M., & FLORES RUÍZ, D. (2010). *Teoría y estrategias de Desarrollo Local*. Sevilla: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA.
- BECERRA LOIS, F., & PINO ALONSO, J. (enero-abril de 2005). Evolución del concepto de desarrollo e implicaciones en el ámbito territorial: experiencia desde Cuba. *Economía, Sociedad y Territori*, V(17).

- BENI, M. (1988). *Sistema del turismo. Construcción de un modelo referencial para la aplicación en la investigación en turismo*. Tesis doctoral, Escuela de Comunicaciones y Artes, Universidad de San Pablo, Sao Paulo.
- BERNET, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.
- BID. (2000). *Informe anual sobre actividades de desarrollo rural*. Washington, D. C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- BLUND, S. (2021). *Qué Es Un Actor Social?* Obtenido de Criatura del Arte:
<https://criaturadelarte.com/actor/que-es-un-actor-social.html>
- BORJA, & CASTELLS, M. (1998). *Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid: Taurus.
- BOULLÓN, R. (2008). *Las Actividades Turísticas y Recreacionales*. México: Editorial Trillas.
- CABALLERO, J. (2001). Comentarios. En M. FARAH, & E. PÉREZ, *La nueva ruralidad en América Latina. Maestría en desarrollo rural 20 años* (Vols. volumen 1, compilado). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- CARBONELL, A. (2019). *ATP actualizará el Plan Maestro de Turismo Sostenible del 2007-2020*. Obtenido de Destinypty: <https://destinypty.com/news/atp-plan-maestro-2007-2020/>
- CARRASQUEDO, K. (2017). *Muestreo probabilístico y no probabilístico* . Obtenido de Gestiópolis: <https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-y-no-probabilistico/>
- CARVAJAL BURBANO, A. (2009). *Desarrollo y postdesarrollo: Modelos y alternativas*. Cali: Escuela de Trabajo Social y Desarrollo Humano-Universidad del Valle.
- CARVAJAL BURBANO, A. (2011). *DESARROLLO LOCAL: Manual Básico para Agentes de Desarrollo Local y otros actores*. Málaga: eumed.net.

CASTILLERO MIMENZA, O. (2017). *Los 15 tipos de investigación (y características)*.

Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>

CASTILLERO P., E., & PATIÑO, F. (2002). *Guía Didáctica para la Planificación Participativa Comunitaria, una Valiosa Herramienta de Trabajo*. XXVIII Congreso Interamericano de Ingeniería Sanitaria y Ambiental, Cancún.

CENTRO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD. (septiembre de 2013). *Resultados de Panamá Según el Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial 2013- 2014*.

Recuperado el marzo de 2019, de Competitividad al día:

<http://www.cncpanama.org/phocadownload/Competitividad%20al%20Dia%20No.%2015%203%20Resultados%20de%20Panama%20segun%20el%20Indice%20Global%20de%20Competitividad%20del%20FEM%202013-2014.pdf>

CODESPA. (2016). *CODESPApro y el Turismo Rural Comunitario en Bolivia*. Obtenido de

Fundación CODESPA: <https://www.codespa.org/blog/2016/05/25/codespapro-y-turismo-rural-comunitario-en-bolivia/>

COLMENAREJO, R. (2014). *Fundamentos para una gestión turística sostenible de la fiesta de los patios de Córdoba*. Universidad de Córdoba. Córdoba: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba.

CÓRDOVA SÁNCHEZ, G. (23 de abril de 2015). *Antecedentes del Turismo*. Obtenido de Todo

sobre el turismo: <http://turismogusus.blogspot.com/2015/04/antecedentes-del-turismo.html?q=Esta+recesión+supone+una+reducción+de+la+calidad>

DA SILVA, D. (2020). *Tipos de indicadores de desempeño: 9 KPIs clave para empresas* .

Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-indicadores-desempeno/>

- DAVID, F. (2008). *Conceptos de administración estratégica. Decimoprimer edición*. México: Pearson Educación.
- De LEÓN, I. (12 de JULIO de 2019). Viene la Feria de Monte Lirio en Renacimiento. *Diario El Siglo*.
- DELGADO GARCÍA, D., & GARAY, A. (1989). El rol de los gobiernos locales sen la política argentina. En J. BORJA, F. CALDERÓN, M. GROSSA , & S. PEÑALVA, *Descentralización y democracia. Gobiernos locales en América Latina*. Ceumt-Barcelona, Chile: CLACSO.
- DÍEZ S., D. (2011). La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas. *Investigaciones Turísticas*(1), 69-92.
- ECHEVERRI, R. (2003). La nueva ruralidad. En M. FARAH, & E. PÉREZ, *La nueva ruralidad en América Latina. Maestría en desarrollo rural 20 años* (Vols. 1, compilado). Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana: Pontificia Universidad Javeriana.
- FARAH, M., & PÉREZ, E. (2003). Mujeres rurales y nueva ruralidad en Colombia. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 137-160.
- FASABI H. (2014). *Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas.
- FAVARETO, A. (2006). A racionalização da vida rural. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 14(1), 9-48.
- FIGUEROA, J. (2006). El hombre, clave fundamental en el desarrollo. *Espacio Abierto*, 15(3), 597-616.
- FLORES GONZÁLEZ, C. (2008). Desarrollo Local y Turismo.

- GALLARDO-COBOS, & R. (2010). Rural development in the European Union: the concept and the policy. *Agronomía Colombiana*(28), 475-481.
- GALLICCHIO, E., & CARRIZO, L. (2006). *Desarrollo local y gobernanza. Enfoques transdisciplinarios. Investigación y políticas para el desarrollo en América Latina*. Montevideo: CLAEH.
- GALLICCHIO, E. (2004). *El desarrollo local en América Latina. Estrategia política basada en la construcción de capital social* . Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH), Programa de Desarrollo Local . Córdoba: CLAEH.
- GÁNDARA, J. (2003). La sostenibilidad de los destinos turísticos urbanos. *Núcleo de Estudios Turísticos de la Universidad Federal de Paraná*, 19.
- GARCÍA PASCUAL, F. (2017). Tres décadas de cambios en el Turismo Mundial: el impacto de la Globalización en los flujos turísticos. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*(75), 127-149.
- GARRIDO GARCÍA, F. (2019). *Guía de conocimiento sobre desarrollo sostenible* . Obtenido de GLOOBAL:
<http://www.gloobal.net/iepala/gloobal/fichas/ficha.php?entidad=Textos&id=1548&opcion=documento>
- GARRIDO, F. (2002). *Planificación participativa para el desarrollo local*. Observatorio Internacional de ciudadanía y medio ambiente sostenible.
- GASCÓN, J. (2011). Turismo rural comunitario y diferenciación campesina. Consideraciones a partir de un caso andino. *Mundo Agrario*, 11(22).
- GLASER, B., & STRAUSS, A. (1967). *Awareness of Dying*. Chicago: Aldine.

- GÓMEZ B., A. (2022). *El PIB turístico duplicará el crecimiento que la economía mundial en los próximos 10 años*. Obtenido de Business Insider: <https://www.businessinsider.es/turismo-crecera-doble-economia-proxima-decada-1048961>
- GRAMMONT, H. (2004). La nueva ruralidad en América Latina. *Revista Mexicana de Sociología*(número especial), 279-300.
- GRANDE E., I., & ABASCAL F., E. (2009). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial. Décima Edición*. Madrid: ESIC Editorial.
- GUERRERO, P. E., & RAMOS, J. R. (2014). *Introducción al Turismo*. México: Grupo Editorial Patria.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUCIO, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial MacGraw-Hill Interamericana de México, S. A. de C. V.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUCIO, P. (2006). *Metodología de la investigación (Cuarta Edición)*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- HOSTELTUR ECONOMÍA. (2020). *Empleo turístico: 93.850 personas más en 2019, pero crece la tasa de paro*. Obtenido de Hosteltur: https://www.hosteltur.com/134378_empleo-turistico-93850-personas-mas-en-2019-pero-crece-la-tasa-de-paro.html
- HUERTAS CARDOZO, N. (2015). *Turismo Rural Comunitario como una propuesta metodológica de innovación social para comunidades en conflicto. Caso Montes de María*. Girona: Universitat de Girona. Institut Superior d'Estudis Turístics.

- HUERTAS, N., & JIMÉNEZ, T. (2013). *El Turismo Rural Comunitario como modelo de Desarrollo Humano Sostenible*. II Congreso Internacional Rural Sustentable. Estrategias para la competitividad rural, Universidad Nacional de Colombia - Sede Orinoquía, Arauca.
- IICA. (2000). *Nueva ruralidad*. Dirección de Desarrollo Rural. San José: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- INEC. (12 de febrero de 2020). *Boletín 15. Estimaciones y proyecciones de la población en la república, provincia, comarca indígena por distrito, según sexo y edad; 2010-2020*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censo - Panamá Acerca del INEC: https://www.inec.gob.pa/publicaciones/Default3.aspx?ID_PUBLICACION=499&ID_CATEGORIA=3&ID_SUBCATEGORIA=10
- INEC. (2010). *Distribución Territorial y Migración Interna en Panamá-Censo2010*. Panamá: Contraloría General de la República.
- INEC. (2010). *Población de 10 y más años de edad en la república, por alfabetismo y sexo, según provincia, comarca indígena, distrito y corregimiento: censo 2010*. Panamá: Contraloría General de la República.
- INTERMARK. (2015). *La Planificación del Producto Turístico*. Obtenido de Universidad para la Cooperación Internacional: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>
- IPAT. (2008). *Plan Maestro de Turismo Sostenible de Panamá 2007-2020*. Panamá: Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis Consulting.
- IPAT. (2012). *Programa de Desarrollo Turístico de la Provincia de Chiriquí, Panamá 2012*. Panamá: OMT, MDGIF.

- JARAMILLO, C. (2015). *Propuesta de un Plan Estratégico de Turismo para el distrito de Canchaque -Piura 2015*. Piura, Perú: Universidad Nacional de Piura; Facultad de Ciencias Administrativas.
- JIMÉNEZ, T., & HUERTAS, N. (2013). *Turismo Rural Comunitario y Cultivos Energéticos: Factores de Complementariedad y Conflicto en el Desarrollo Rural de América Latina. Casos: Colombia, Perú, México*. Congreso Internacional de destinos Turísticos, Competitividad y Emprendimiento en tiempos de crisis., Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Palma de Gran Canarias.
- KAY, C. (2009). Estudios Rurales en América Latina en el período de globalización neoliberal: ¿una nueva ruralidad? *Revista Mexicana de Sociología*, 71(4), 607-645.
- LEY N° 66 DE 2015. (viernes 30 de octubre de 2015). Que descentraliza la Administración Pública, y dicta otras disposiciones. (*Gaceta Oficial Digital N° 27901-A*). Panamá.
- MADRUGA TORRES, A., & FORTEZA ROJAS, S. (2012). Sistema productivo turístico y desarrollo local. *TURyDES*, 5(12). Obtenido de Amprotur Profesionales en Turismo de Mendoza: <https://www.facebook.com/ProfTurismoMendoza/posts/el-turismo-como-actividad-compleja-el-desarrollo-y-los-residentes-madruga-torres/573423276050990/>
- MARTINELL, A. (2010). Aportaciones de la Cultura al desarrollo y a la lucha contra la pobreza. *Cultura y desarrollo Un compromiso para la libertad y el bienestar*, 1-24.
- MEF. (2012). *Atlas Social de Panamá. Migración interna reciente en Panamá*. Panamá: Ministerio de Economía y Finanzas Frank De Lima Ministro.
- MEF. (2017). *Pobreza y Desigualdad en Panamá Mapas a nivel de Distritos y Corregimientos: Año 2015*. Panamá: Ministerio de Economía y Finanzas – Banco Mundial.

- MENA FERNÁNDEZ, I. (2011). *Estrategia de Desarrollo para la localidad de la Real Campiña*. Obtenido de Eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/968/evolucion%20del%20concepto%20desarrollo.html>
- MENA FERNÁNDEZ, I., & SOSA, R. (2006). *Fundamentación teórica para un desarrollo local*. Evento "Carlos Marx y los desafíos del siglo XXI", III Conferencia Internacional La obra de Carlos Marx y los desafíos del Siglo XXI, La Habana.
- MESINO RIVERO, L. (2010). *Teoría del Desarrollo Sustentable*. Obtenido de Eumed. Tesis doctorales de Ciencias Sociales: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/lmr/Teoria%20del%20Desarrollo%20Sustentable.htm>
- MONGE-RODRÍGUEZ, Y., & MACÍAS-CHÁVEZ, A. (2016). El desarrollo local. Enfoques para su conceptualización. *OLIMPIA. Revista de la Facultad de Cultura Física de la Universidad de Granma*, 13(39), 13.
- MORA BRAVO, D. (2016). *Estrategia Turística para el Desarrollo Sostenible en la Zona Rural del Municipio de Pasto*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Bucaramanga.
- MORA HERNÁNDEZ, L. (2013). *Turismo rural, empresas comunitarias e innovación en México*. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración, México, D. F.
- MORALES, A. (2016). *Estrategias de desarrollo turístico en la ciudad de Belén, Catamarca, a partir de la planificación participativa*. Argentina: Universidad Nacional del Sur.
- MUÑOZ, A., FUENTES, L., & FAYOS-SOLÀ, E. (s.f.). El Turismo como instrumento de desarrollo: una visión alternativa desde factores humanos, sociales e institucionales. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5), 437-449.

- NACIONES UNIDAS, & CEPAL. (2009). *Panamá: evolución de la pobreza y la distribución del ingreso 2007-2008*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Panamá: Ministerio de Economía y Finanzas.
- NOGAR, G. (2008). El Turismo Rural como estrategia incluyente. Teorización e Investigación Empírica. *Boletín de Turismo Rural*.
- OBANDO ACOSTA, P. (febrero de 2018). *Departamento de Nariño, ¿los mismos con las mismas?* . Obtenido de Las 2 orillas: <https://www.las2orillas.co/departamento-de-narino-los-mismos-con-las-mismas/>
- OMT. (2015). *El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo (OMT): <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417766>
- OPS. (2011). *Panamá se prepara para la Conferencia Mundial Río +20*. Obtenido de Organización Panamericana de la Salud: https://www.paho.org/pan/index.php?option=com_content&view=article&id=506:panama-prepara-conferencia-mundial-rio-plus20&Itemid=268&yr=2011
- ORNÉS VÁSQUEZ, S. (diciembre de 2009). La gestión pública del turismo en el Distrito Metropolitano de Caracas. Fortalezas, debilidades y nuevos desafíos. *Gestión turística (Valdivia)*(12), 85-108.
- ORTÍZ, C., PÉREZ, D., CASTILLO, & MUÑOZ, A. (2004). *Zonas de Reserva Campesina. Aprendizaje e innovación para el Desarrollo Rural*. Bogotá: Javegraf.
- ORTÍZ, Y. (25 de Marzo de 2018). Municipios y Juntas Comunales deben rendir cuentas por los 728 millones de descentralización. Obtenido de <https://www.metrolibre.com/nacionales/110920-municipios-y-juntas-comunales-deben-rendir-cuentas-por-los-728-millones-de>

PAUL, S. (1987). *Community participation in development projects : the World Bank experience*.

Obtenido de World Bank discussion papers ; no. WDP 6:

<https://documents.worldbank.org/en/publication/documents->

[reports/documentdetail/850911468766244486/community-participation-in-development-projects-the-world-bank-experience](https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-)

PAZOS MORALES, A. (2019). *Antecedentes importantes del sector "TURISTICO"*. Obtenido de

Preceden, LLC: <https://www.preceden.com/timelines/382006-ana-karen-pazos--morales>

PÉREZ, E. (2001). *Hacia una nueva visión de lo rural*. En N. GIARRACA, *Una nueva ruralidad en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO, Colección grupos de trabajo.

PÉREZ, E. (2011). *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* En CLACSO, *Hacia una nueva visión de lo rural*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).

PÉREZ, S. (2010). *El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural*. *Agronomía colombiana*, 28(3), Agronomía.

PICKERS, S. (11 de abril de 2015). *¿Cómo determinar el tamaño de una muestra?* Obtenido de PSYMA: <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>

PICKERS, S. (2015). *¿Cómo determinar el tamaño de una muestra?* Obtenido de PSYMA: <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>

PNUD. (2011). *Colombia rural Razones para la esperanza. Informe Nacional de Desarrollo Humano 2011*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Bogotá.

PNUD. (2018). *Human Development Data (1990-2017)*. Obtenido de Human Development Reports: <http://hdr.undp.org/en/data>

- R., A. (2015). *Cómo hacer una encuesta paso a paso*. Obtenido de CreceNegocios:
<https://www.crecenegocios.com/como-hacer-una-encuesta-paso-a-paso/>
- REDACCIÓN DIGITAL LA ESTRELLA. (27 de diciembre de 2009). La Panamá del siglo XXI.
- ROBLES, F. (2019). *¿Qué es el Diseño de Investigación y Cómo se Hace?* Obtenido de Lifer.com: <https://www.lifer.com/disen-de-investigacion/>
- ROBLES, F. (2019). *¿Qué es el Diseño de Investigación y Cómo se Hace?* Obtenido de Lifer.com: <https://www.lifer.com/disen-de-investigacion/>
- RODRÍGUEZ MARTÍNEZ, P. (2008). La teoría fundamentada: un plan metodológico para respetar la naturaleza del mundo empírico. *Praxis Sociológica*, 12, 137-172.
- ROJAS L., J. (2008). La agenda territorial del desarrollo rural en América Latina. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/la/08/jrl.htm>.
- ROUX, F. (2013). *Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de territorios*. Quito: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.
- RUÍZ M., L. (2019). *Alfa de Cronbach (α): qué es y cómo se usa en estadística*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/alfa-de-cronbach>
- SÁNCHEZ PINZÓN, M. (2013). *Renacimiento: fortaleza de Talamanca*. Chiriquí: Editorial Culturama Internacional.
- SANTISTEBAN, C. (2019). *Programa de cultura turística para el desarrollo turístico del distrito de Lambayeque*. Pimentel, Perú: Universidad Señor de Sipán.
- SEN, A. (1999). *Desarrollo y Libertad*. Barcelona: Editorial Planeta.
- SILVA L., I. (2003). *Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local*. Santiago de Chile: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).

TROITIÑO VINUESA, M., GARCÍA MARCHANTE, J., & GARCÍA HERNÁNDEZ, M.

(2008). *Destinos turísticos. Viejos problemas, ¿nuevas soluciones?* (Vols. X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación (A.G.E.)). Castilla La Mancha, España: Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha.

Turismo y Gestión Municipal. (1997). Santiago de Chile, Chile: Asociación Chilena de Municipalidades.

VALCÁRCEL-RESALT, G. (1999). *Bases para el Desarrollo Local sustentable.* Gijón: Ediciones Trea.

VAN HEMELRYCK, L. (2001). *El enfoque sistémico del desarrollo local.* Escuela de Planificadores Sociales, SUR.

VARISCO, C. (2007). Sistema productivo turístico y desarrollo local. *Ciencias Sociales On Line*, IV(2).

VARISCO, C. (2007). Sistema Productivo Turístico y Desarrollo Local. *Ciencias Sociales Online*, IV(2), <http://nulan.mdp.edu.ar/432/1/00457.pdf>.

VÁSQUEZ BARQUERO, A. (2007 de 2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Sistema de Información Científica, Investigaciones Regionales*(11), 183-210.

VÁSQUEZ BARQUERO, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo.* Barcelona: Antoni Bosch Editor.

VELÁSQUEZ, F. (1998). *Gobierno local y promoción del desarrollo. Una reflexión sobre el caso colombiano*", en *Gobiernos locales y desarrollo en América latina.* Lima: USAID.

VERA R., F., & BAÑOS C., C. (2010). Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles N.º 53 -(53)*, 329-353.

ZAMORANO CASAL, F. (2007). *Turismo alternativo: servicios turísticos diferenciados*.

México: Trillas.

ANEXOS

ANEXO N°1

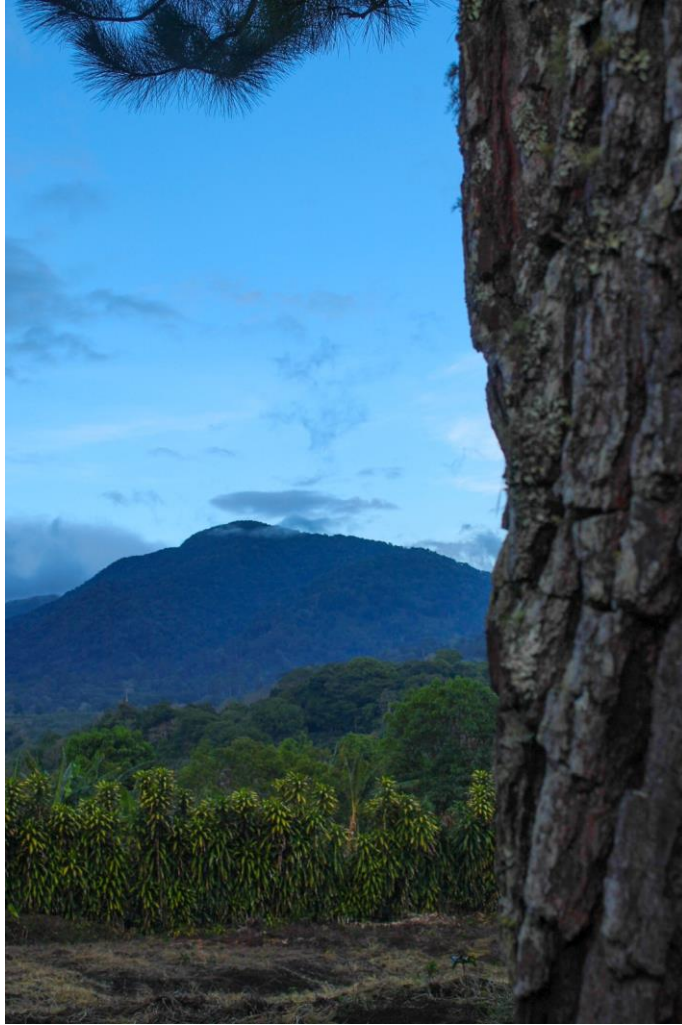
Formulario de encuesta

Encuentas a Ciudadanos Comunes
Distrito de Renacimiento

Las siguientes afirmaciones hacen referencia al desarrollo turístico. Lea detenidamente cada una de las declaraciones e indique su grado de ACUERDO o DESACUERDO. (Marque una única respuesta)															
		Muy en Desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Muy de Acuerdo	No sabe / No contesta			Muy en Desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Muy de Acuerdo	No sabe / No contesta
1	El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir localmente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11	Deberían celebrarse eventos de renombre (conciertos, muestras, exposiciones, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	El desarrollo del turismo es ideal para mejorar la economía.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12	El turismo ha contribuido a incrementar la delincuencia y la inseguridad ciudadana.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	El turismo ayuda a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13	La situación económica local es preocupante.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Debe incrementarse la promoción turística del país.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	14	Los empresarios turísticos tienen demasiada influencia política.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	El sector turístico genera puestos de trabajo para los residentes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	15	El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y ocio, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	16	Debe tenerse en cuenta la opinión de la población local en la toma de decisiones referentes al desarrollo turístico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	17	El turismo favorece la conservación recursos naturales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Estoy preparado para atender turistas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	18	Me gusta la oferta de ocio nocturno en la comunidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Lo mejor, es dejar las cosas tal y como están. De esta manera vivimos tranquilos y podemos descansar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	19	Estoy dispuesto a emprender un negocio turístico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Deberían abrirse nuevas áreas de servicios turísticos (restaurantes, tiendas, alojamientos etc).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	20	La música tradicional es muy conocida a nivel mundial por los turistas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A continuación aparece una lista de productos u ofertas turísticas, ¿podría decirnos cuáles son para usted más o menos aceptables? (Marque una única respuesta)									Finalmente, le agradeceríamos que contestara la información personal que aparece a continuación. Le recordamos que la encuesta es anónima y que su uso es exclusivamente para fines académicos.						
		Muy en Desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Muy de Acuerdo	No sabe / No contesta			Total Despreocupación	Poca preocupación	Bastante preocupación	Mucha preocupación	Problema principal	No sabe / No contesta
21	All inclusive o "todo incluido".	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	26	Conservación del entorno y Medio Ambiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Clubes vacacionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	27	Escuela y otras infraestructuras educativas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Turismo basado en la naturaleza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	28	Seguridad ciudadana.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Turismo de Congresos, Seminarios, Ferias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	29	Conservación del Patrimonio Histórico y Cultural.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Turismo de segunda residencia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	30	Empleo y desarrollo económico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Información personal															
Sexo <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer									Edad:						
¿Cuántas personas trabajan en su hogar?									Nivel de estudios:						
¿Pertenece a alguna organización?									Idiomas						
Ingresos anuales: menos de 1,000 12,000 25,000 más de 30,000															

ANEXO N°2

Recursos naturales, económicos y culturales del distrito de Renacimiento,



Vista de uno de los cerros circundantes



Celebración del Festival Internacional Folclórico de Renacimiento, versión 2019.



Vista de un atardecer en Monte Lirio.



Café en floración



Cascada Centinela, en Monte Lirio.



Cascada Sal Si Puedes, en Breñón.



Piedras talladas en Finca Las Lagunas, en Río Sereno.



Estancos de Tilapia en Finca las Lagunas, en Río Sereno.



Hito fronterizo con Costa Rica en Río Sereno.



Vista de algunos de los ríos ubicados en el distrito de Renacimiento, aptos para el turismo de ocio y de aventura.



Vista de uno de los puestos de la pasada Feria agrícola, turística y artesanal de Santa Clara, versión 2019



El Lago de Río Sereno.



Vistas del paisaje de Jurutungo.



Vistas del Volcán Barú.