

INDICADORES DE COMPETITIVIDAD PARA DESTINOS TURÍSTICOS EN EL MARCO DE LA SOSTENIBILIDAD: UN ANÁLISIS APLICADO A LA PENÍNSULA DE PARAGUANÁ

Mercy Narváez*
Gladys Fernández
LUZ, NÚCLEO PUNTO FIJO

Resumen:

El presente artículo permite analizar, desde la perspectiva de la sostenibilidad, algunos indicadores vinculados a la competitividad de la península de Paraguaná como un enclave turístico. A partir de algunos registros obtenidos a través de entes gubernamentales, entrevistas a los visitantes de la península y la observación personal, es posible describir el comportamiento de ciertos indicadores de competitividad de dicho destino turístico, tales como: estadísticas de visitantes, contribución a la economía local, prosperidad económica e inversión en turismo. Se concluye que, aun cuando esta región posee una amplia variedad de recursos naturales, hasta ahora carece de un conjunto de facilidades y servicios turísticos que sean capaces de satisfacer las necesidades actuales y futuras de los visitantes y de los consumidores potenciales, sean estos locales, nacionales o extranjeros.

Palabras claves: Destino turístico, competitividad, sostenibilidad, península de Paraguaná.

INTRODUCCIÓN

Los destinos turísticos son enclaves geográficos, con rasgos propios de clima, cultura, atractivos, infraestructuras, servicios, equipamientos, precio, imagen y gestión, los cuales, en términos de mercado, se posicionan en la mente de los consumidores. No obstante, en términos de sostenibilidad, un destino turístico es aquel que posee importantes atributos basados en recursos naturales, creados o abstractos, un conjunto de facilidades y servicios dirigidos a satisfacer las necesidades de las comunidades, los turistas y los operadores de los negocios, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro.

Ahora bien, para evaluar la capacidad competitiva de un destino turístico es necesario analizar una serie de factores que se pueden cuantificar mediante indicadores, dentro de los cuales están: la dotación de recursos del destino, los recursos creados, la infraestructura de soporte, la gestión del destino, las condi-

* mercynarvaez@gmail.com / ** hurtadoj@cantv.net

ciones coyunturales, las condiciones de demanda y la competitividad turística del destino propiamente dicha.

A la luz de estos planteamientos, este artículo pretende evaluar algunos indicadores de la competitividad turística de un destino, que incluyen: estadísticas de visitantes, contribución del turismo a la economía, indicadores de prosperidad económica e inversión en turismo.

En este caso dicho destino turístico es la península de Paraguaná, situada al norte del estado Falcón, Venezuela. Esta región geográfica es considerada como uno de los lugares con mayor variedad de atractivos turísticos del país y, adicionalmente, fue decretada en el año 1998 como Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística, lo cual ha permitido que esta localidad se convierta en un importante atractivo comercial y turístico para visitantes o consumidores potenciales.

El método de investigación utilizado para el desarrollo de este artículo empleó criterios teóricos y empíricos que permitieron *describir* el comportamiento actual de algunos factores de competitividad que atañen al estudio de la península de Paraguaná como destino turístico. De acuerdo con la definición desarrollada por Hernández *et al.* (2003: 117), el *enfoque descriptivo* de investigación hace posible la evaluación y recolección de datos claves a la hora de comprender diferentes aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

Por otra parte, al tratarse de una investigación en la que intervienen variables tan complejas y de tanto dinamismo en el ámbito económico como la "competitividad" y la "sostenibilidad", existen escasas posibilidades de experimentar con ellas a través de la formulación de hipótesis causales, del modo que lo hacen disciplinas más exactas. En tal sentido, la indagación se apoyó en algunas técnicas específicas de recolección de información, tales como la observación, entrevistas estructuradas a los visitantes de la península de Paraguaná, así como los informes y documentos presentados por organismos gubernamentales vinculados al desarrollo turístico de la península, contentivos de la data histórica de los indicadores objeto de estudio.

1. COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE DESTINOS TURÍSTICOS Y TURISMO SOSTENIBLE

1.1 Competitividad y sostenibilidad de destinos turísticos

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe señala que la competitividad es el proceso de expansión de la oferta exportable y penetración de

mercados con el consecuente mejoramiento en el nivel de vida de la población (Villareal, 2003: 187).

Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) establece que la competitividad es el grado en que un país puede, en condiciones de libre mercado y justa competencia, producir bienes para pasar las pruebas de los mercados internacionales y, al mismo tiempo, mantiene o expande los ingresos reales de la población en el largo plazo (Villareal, 2003: 187).

En correspondencia con estas enunciaciones y en el marco de la sostenibilidad se puede definir a la competitividad como la capacidad de un país, región o localidad para alcanzar la prosperidad económica sostenida, incluyendo en dicha definición aspectos tales como: la reducción de la pobreza, la desigualdad social y la sustentabilidad ambiental.

En el ámbito de los destinos turísticos, la competitividad implica ponderar y realizar prácticas de descripción y evaluación con el fin de diagnosticar la rentabilidad que generan las actividades turísticas de un territorio dado.

Puccio (1985: 111) expresa que la competitividad en turismo se produce en dos niveles diferentes: interna y externa. La competitividad interna es la capacidad de las organizaciones para lograr el máximo rendimiento de sus recursos disponibles y los procesos de transformación. Requiere de autosuperación o mejoras continuas en la producción de bienes y servicios turísticos. La competitividad externa se da a nivel de las organizaciones y los territorios; la misma se orienta a la consecución de logros en el contexto del mercado y luego a mantener en el tiempo la competitividad futura. Dichos logros se basan en generar nuevas ideas y productos turísticos, así como también en buscar nuevas oportunidades de mercadeo.

Ahora bien, dado que la producción de bienes y servicios turísticos se realiza en un territorio o localidad determinada, los estudios de competitividad turística se elaboran en los llamados "destinos turísticos"; por tal razón, es significativo aclarar dicho concepto.

El concepto de destino turístico proviene de diferentes disciplinas y ha sido adaptado y contextualizado para darle una dimensión turística. Las diferencias observadas en dicha definición dependen del campo disciplinar desde el cual se plantea el mismo. En tal sentido, se destaca una visión económica-sociológica en la definición de Vera (1997) en la que se recupera la idea de "lugar de consumo"; una visión de tipo geográfico y/o territorial en las definiciones de la OMT (1998); de Ruiz, Olarte e Iglesias (1999); y de Valls (1998) que expresa que es un "lugar" o "espacio demarcado geográficamente"; un enfoque

de tipo comercial o empresarial que hace énfasis en la idea de "paquetes compuestos por componentes", como son los aportes de Telimas y Kosuta (1989) y Hu y Ritchie (1993); y finalmente, una visión psicológica como la aportada por Gun (1978, 2002) y Bingé (2000) quienes proponen al destino como concepto vinculado a la percepción y a la experiencia.

Para efectos de este artículo se considerará el concepto desarrollado por Valls, el cual brinda la comprensión de los atributos implicados en la gestión integral de un destino turístico y fija de manera concisa los principales condicionantes de la competitividad global. De manera explícita, Valls (1998) plantea que un destino turístico es un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad al atraer a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

1.2 Turismo sostenible

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1993) el turismo sostenible es aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas actuales, generando ingresos y bienestar social en los destinos turísticos, protegiendo los recursos e incrementando las oportunidades de futuro.

Pérez de las Heras (2008: 23) plantea que el objetivo fundamental del turismo sostenible es mantenerse en el tiempo, necesitando para ello obtener la máxima rentabilidad, pero protegiendo los recursos naturales que lo sostienen y respetando e involucrando a la población. Lo cual corresponde a los tres componentes de la sostenibilidad:

Económico: un turismo sostenible debe ser rentable para que sea viable. Ningún empresario querrá apostar a la sostenibilidad si su negocio no sale adelante.

Social: debe ayudar a reforzar valores de relación, intercambio de experiencias, enriquecimiento tanto de los visitantes como de los habitantes del lugar.

Ambiental: tiene que colaborar en la protección y conservación del medio ambiente en el que se desarrolla porque de él depende.

Además, para alcanzar la llamada sostenibilidad turística, Mazaro y Varzin (2008: 793) plantean que es esencial la estructuración de una oferta turística local que actúe a medio y largo plazo como importante factor de desarrollo; además, es necesario que se aprovechen las potencialidades que ofrece el territorio, brindando nuevas modalidades basadas en el uso equilibrado y sostenido, así como una utilización y administración de los recursos bajo una práctica integral y flexible conforme a la dinámica competitiva.

En concordancia con los anteriores planteamientos, se puede considerar al turismo como sostenible cuando respeta (no daña) y valora al medio ambiente natural, cultural, humano y social donde se manifiesta; aporta beneficios financieros directos e importantes y/o recursos para el desarrollo de la comunidad (infraestructuras, educación, herramientas de organización, entre otros); fomenta la participación local, o promueve un proceso participativo de los miembros de la comunidad en la construcción de su propio desarrollo como seres humanos; satisface y supera las expectativas de los visitantes e integra las herramientas de evaluación y de seguimiento permanentes para garantizar controles sobre los impactos.

2. COMPETITIVIDAD DEL TURISMO EN VENEZUELA

Dentro del ámbito mundial, Venezuela está señalada como uno de los principales países productores y exportadores de petróleo. De hecho, la industria petrolera ha sido la principal fuente de ingreso desde hace mucho tiempo. Ahora bien, con respecto a la actividad turística se puede decir que ésta es muy pequeña en comparación con la actividad petrolera y manufacturera. Al respecto, destacan Villamediana *et al.* (2008: 9) que en el sistema de cuentas nacionales no existe la actividad turismo para indagar sobre su contribución al PIB venezolano, y en los datos del Instituto Nacional de Estadística la actividad “hoteles y restaurantes” (que se utiliza como aproximación al turismo) es de menos del 2%.

En lo que respecta a la actividad turística, Francés (2003: 60) señala que Venezuela cuenta con escasa tradición como país receptor de turistas, a pesar de su notable dotación de atracciones naturales y culturales. Según este autor, el desarrollo turístico en Venezuela ha respondido fundamentalmente a la demanda nacional y a la demanda extranjera de negocios.

El Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo del Mundo (2008), publicado en el mes de febrero (2009) por el Foro Económico Mundial, establece un ranking competitivo de 130 países. Para la conformación de la escala se analizaron ciertas variables acerca de competitividad en turismo de viajes y se midieron algunos factores que contribuyen a hacer atractivo el desarrollo de la industria

turística de cada país. Se compararon 71 variables que afectan al turismo en 130 países. Dichas variables fueron: políticas públicas y regulaciones, seguridad, salud e higiene, prioridad de la actividad turística, calidad de la infraestructura turística, aérea y de rutas, competitividad de los precios internos, recursos culturales y naturales, infraestructura de comunicaciones, entre otras.

En el informe del Foro Económico Mundial Venezuela ocupó el lugar 104. En este informe se destaca que para este país el turismo no es una prioridad del gobierno; además, las infraestructuras no son adecuadas y las políticas de medio ambiente no están orientadas hacia el sector.

No obstante, en el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación, planteado en la República Bolivariana de Venezuela para los años 2007-2013, se propone desarrollar el turismo, entre otras actividades, para impulsar el modelo productivo socialista que se pretende alcanzar. En concordancia con el referido Plan, el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR) ha establecido como eje transversal de la política turística el desarrollo endógeno turístico sostenible.

De lo antes descrito es posible precisar que aun cuando la actividad turística en Venezuela no ha alcanzado los objetivos previstos, en la actualidad se desarrollan algunos enclaves geográficos que pueden servir de apalancamiento para el desarrollo del turismo como actividad sostenible. Dentro de los destinos turísticos ubicados en el país que se perfilan como polos de desarrollo sostenible se encuentra la península de Paraguaná, la cual está considerada, según lo establecido en el Plan Nacional Estratégico formulado en el año 2005 por MINTUR, como un polo de desarrollo turístico nacional.

3. LA PENÍNSULA DE PARAGUANÁ COMO DESTINO TURÍSTICO

La península de Paraguaná se sitúa al norte del estado Falcón frente al mar Caribe. Posee 193 kilómetros de costas. Esta región geográfica es considerada como uno de los lugares con mayor variedad de atractivos turísticos del país. La misma se muestra como una isla casi plana unida a tierra firme por un largo y delgado istmo rodeado por médanos, y como peculiaridad resaltante presenta un clima cálido y seco con vientos fuertes y constantes (Corporación para la Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná-CORPOTULIPA, 2006).

Adicionalmente a sus características la península de Paraguaná fue decretada Zona Libre de Inversión Turística el 14 de agosto de 1998, y junto al Centro de Refinación Paraguaná (considerado el centro de refinación más grande

del mundo), se constituye como un eje de desarrollo económico relacionado con el turismo.

Según Gaceta Oficial de la República de Venezuela y bajo el Decreto No. 36.517, el 14 de agosto de 1998 entra en vigencia la Ley de Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística en la península de Paraguaná. Esta ley tiene como propósito promover la inversión turística en la región, a través de la aplicación de un régimen especial territorial de carácter fiscal para el fomento de la prestación de servicios en la actividad turística y comercial conexas al turismo, la cual abarca el área geográfica comprendida por los territorios de los municipios Carirubana, Falcón y Los Taques del estado Falcón (artículo 1 de la Ley de Zona Libre). En dicha ley se exceptúa del pago de impuestos aduaneros y del impuesto al valor agregado a diversos bienes comercializables procedentes del exterior tales como: electrodomésticos, lencería, licores, ropa, calzado, entre otros.

De igual manera, el artículo 2 de la mencionada ley define la actividad conexas al turismo como aquella que por su naturaleza produce atractivos para el flujo turístico hacia la Zona Libre. Se consideran servicios turísticos conexos los siguientes: hotelería y alojamiento en hoteles y moteles, colonias vacacionales para niños, centros vacacionales, organizaciones de congresos, foros, convenciones y seminarios, alquiler de alojamiento amoblado, acampamiento para remolques, suministro de comidas en restaurantes, autoservicios y en otros establecimientos (quioscos), suministros de bebidas con espectáculo o sin él, transporte de pasajeros urbano, interurbano y suburbano por vía terrestre, taxis, alquiler de automóviles con conductor o sin él, alquiler de autobuses con conductor, transporte de tracción animal, transporte de pasajeros y equipajes, prestados por embarcaciones destinadas a la recreación, transporte de pasajeros por vías aéreas destinados a recreación, agencias de viajes y organización de viajes en grupos, guías de turismo, arrendamiento de embarcaciones y aeronaves con tripulación o sin ella, arrendamientos de equipos deportivos, museos o preservación de lugares y edificios históricos, jardines botánicos, zoológicos y acuarios, parques de recreos y playas, tratamientos de salud y belleza, actividades comerciales de compraventa de mercaderías para uso personal o doméstico.

Así pues, en virtud de lo señalado en el art. 2 de la Ley de Zona Libre para la península de Paraguaná y según lo enunciado por CORPOTULIPA (2006), esta región está planificada para desarrollar diferentes tipos de turismo, a saber: sol y playa, compras, ecoturismo, turismo científico, religioso y cultural. Además, se prevé que la misma se convierta en un enclave de inversión y en un destino turístico de alta competitividad internacional que contribuya al equilibrio económico-social del país y que salvaguarde las riquezas y la autenticidad del patrimonio cultural, natural y productivo de la zona.

Sin embargo, luego de diez años de la promulgación de la Ley de Zona Libre, la situación de la península de Paraguaná evidencia que no ha habido el incremento esperado en la actividad turística y, adicionalmente, el crecimiento interanual del número de visitantes no ha sido sostenido en el tiempo (tabla 1). Asimismo, se destaca el hecho que estos visitantes se trasladan a la región atraídos principalmente por los productos que se comercializan a precios más accesibles que los ofrecidos en el resto del mercado nacional, aprovechando la facilidad del viaje por vía terrestre.

En correspondencia con lo antes expresado, Fernández *et al.* (2006: 550) señalan que en la Zona Libre sólo se ha evidenciado un incremento en las inversiones y en la promoción de empresas que se dedican a la actividad comercial, quedando algo rezagadas las empresas de servicios turísticos, siendo este sector el que más se debe desarrollar a fin de generar fuentes de empleo y diversificar la economía de la región.

No obstante, en el artículo presentado por el Consejo Nacional de Promoción de Inversiones (CONAPRI, 2008), la Corporación para la Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná (CORPOTULIPA) expresa que la Ley de Zona Libre ha generado una dinámica desde la actividad turística y comercial que ha impactado de manera positiva, trayendo beneficios sociales demostrados en la generación de empleos, oportunidades de inserción de las comunidades en la prestación de servicios turísticos organizados como redes de producción social, además de la captación de nuevos establecimientos emblemáticos para garantizar el flujo de turistas y visitantes.

En concordancia con todo lo planteado, se presenta el cuadro 1, contentivo de las principales fortalezas y debilidades de la península de Paraguaná como destino turístico, además de las más importantes oportunidades y amenazas del entorno que la pudieran favorecer o afectar.

4. INDICADORES DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

La competitividad de un destino depende de una serie de factores que se pueden cuantificar mediante indicadores. Para efectos de este trabajo se considerarán algunos de los indicadores definidos en el Modelo de Competitividad de Destinos Turísticos desarrollado por Larry Dwyer y Chulwon Kim (2001) citado por Francés (2003: 95-99).

Este modelo fue expuesto a partir del modelo de Crouch y Ritchie (2000). La diferencia estriba en que se tratan de establecer vínculos más reales entre los diversos elementos, así como relaciones interactivas entre los mismos. El mode-

lo establece dos grandes grupos de elementos o factores: 1) los *recursos* conformados por los recursos y factores de carácter general y los recursos básicos: recursos heredados y recursos creados; y 2) las *condiciones situacionales* que agrupan las condiciones para el desarrollo, la política y gestión, y las condiciones de demanda. En tercer lugar se presenta como resultado del modelo la *competitividad del destino*.

1. *Recursos*: comprenden los recursos básicos y los recursos de apoyo.

Recursos básicos: se consideran por separado los recursos heredados y creados, agrupados junto con factores y recursos de apoyo. Los recursos heredados comprenden los naturales y culturales. Los recursos creados comprenden la infraestructura turística, los eventos especiales, las actividades disponibles (deportivas, entretenimiento, compras). La infraestructura turística es aquella relativa a los servicios de alojamiento, alimentación, transporte, tiendas y servicios diversos no específicamente turísticos.

Los factores y recursos de apoyo: comprenden la infraestructura general (carreteras, aeropuertos, ferrocarriles, autobuses, acueductos, telecomunicaciones, cloacas, servicios de salud, sanidad, electricidad, servicios financieros e informática), la calidad de servicio, la accesibilidad del destino (frecuencia, calidad y seguridad de los servicios de transporte, así como las visas, permisos y regulaciones para permitir el acceso al destino), la hospitalidad (disposición de la población local a prestar ayuda y suministrar información a los turistas) y los nexos de mercado (existencia de un lenguaje, religión o culturas comunes).

2. *Condiciones situacionales*: son fuerzas que pueden incrementar o mitigar la competitividad del destino turístico. Comprenden la gestión del destino, las condiciones de la demanda y los modificadores situacionales.

Gestión del destino: abarca las actividades dedicadas a mejorar el atractivo de los factores básicos para adaptarlos mejor a las condiciones situacionales. Esta categoría comprende las organizaciones y actividades de mercadeo, planificación y desarrollo, desarrollo de recurso humano y gestión ambiental.

Modificadores situacionales: comprende la ubicación del destino, el micro entorno competitivo, la seguridad y la competitividad de precios.

Condiciones de la demanda: comprende tres elementos: concientización de la demanda turística en relación con el destino, percepciones y preferencias.

3. *competitividad del destino*: es una resultante del modelo. Está vinculada hacia atrás con los determinantes de la competitividad y hacia adelante con la prosperidad regional y nacional, con lo cual se pone de manifiesto que la competitividad es un medio en lugar de un fin en sí mismo.

Indicadores: la competitividad se mide en este modelo por el número de visitantes y el gasto turístico. Además del volumen, se mide su tasa de crecimiento, participación de mercado, duración de la estadía y tasa de repetición. La contribución del turismo a la economía se mide mediante su contribución al valor agregado, al empleo, inversión, en términos absolutos, en participación porcentual y tasa de crecimiento.

5. ALGUNOS INDICADORES PARA MEDIR LA COMPETITIVIDAD DE LA PENÍNSULA DE PARAGUANÁ COMO DESTINO TURÍSTICO

Para efectos de este artículo se considerarán los indicadores presentados en el cuadro 2, con sus correspondientes subindicadores para evaluar la capacidad competitiva de la península de Paraguaná como destino turístico.

- Estadísticas de visitantes

En lo referido al número de visitantes por año (tabla 1), y observando las cifras en el tiempo, se evidencia una tendencia incremental pues ha habido un crecimiento anual en el número de visitantes (en términos absolutos). Sin embargo, la tasa de crecimiento interanual refleja un comportamiento con altibajos; es decir, un crecimiento *no sostenido* en el tiempo, distinguiéndose un mayor valor en el año 2007 con un 17,11%.

Con respecto al porcentaje de visitantes del destino a nivel regional, nacional e internacional, cabe destacar que la mayor proporción está dada por la afluencia de turistas y visitantes nacionales (86%); según información presentada por CONAPRI (2008), la procedencia específica de los mismos se corresponde con los estados Zulia, Distrito Capital, Mérida, Carabobo, Lara, Táchira y Aragua. Adicionalmente, resalta la inexistente afluencia turística de visitantes extranjeros a la península de Paraguaná, lo que se traduce en que la misma no es considerada aún como un destino turístico competitivo a escala internacional (tabla 2).

En relación al tiempo de estancia de los turistas en la península de Paraguaná, se evidencia una estadía promedio por visitante de 4,25 noches (tabla 3). Al respecto, es significativo mencionar que las cifras estadísticas de algunos estudios realizados en el país en el año 2008 señalan que el turismo interno a

diferentes destinos nacionales tiene una estancia promedio de 6 noches¹, lo cual indica que la estancia de los visitantes de la península está algo por debajo de la estancia promedio del turismo doméstico o interno.

Adicionalmente, en el caso del Puerto Libre de Margarita (Edo. Nueva Esparta-Venezuela) que puede ser considerado como un importante competidor de la península de Paraguaná como destino turístico a escala nacional, el tiempo de permanencia promedio de los turistas que visitaron la isla durante los años 2008 y 2009 oscila entre 4 y 7 noches (Corporación de Turismo del Edo. Nueva Esparta, 2009: 2), lo cual refleja que la estancia promedio (4,25 noches) de los visitantes de la península está próximo al rango inferior de la estancia de los visitantes de la isla de Margarita.

Por otra parte, sólo el 42% de los visitantes realizan una visita a la península por año, es decir que no contemplan visitar nuevamente la región, al menos en un mismo año (tabla 4).

En referencia a la proporción promedio del *gasto turístico* realizado por las personas que visitan la península de Paraguaná, el mayor porcentaje se corresponde con gastos de alojamiento (42,70%), en segundo lugar están los gastos de alimentos y bebidas (40,98%), luego están los gastos por recreo y diversiones (9,90%), y otros gastos (6,50%) (tabla 5). Ahora bien, en cuanto al monto diario del *gasto turístico* que realizan los visitantes del destino el mayor porcentaje de los mismos (22%) expresa que sus gastos oscilan entre Bs. 226 y Bs. 300 (tabla 6).

En lo concerniente a la distribución porcentual del *gasto total* que realizan las personas que visitan la Zona Libre de Paraguaná (incluye el gasto turístico más el gasto que realizan las personas por la compra al detail de mercancías de uso personal y doméstico) se refleja que el mayor porcentaje (58%) se corresponde con el gasto por compras de los diferentes bienes importados y comercializados en el marco de la Ley de Zona Libre (tabla 7). Al respecto, es importante subrayar que según los datos de CORPOTULIPA (2008) en el año 2008 el rubro de mayor importación por los comerciantes de la península se corresponde con electrodomésticos, enseres y muebles con un 96,3%, el resto de los rubros (computación, textiles, juguetes, artículos deportivos, accesorios para vehículos, alimentos, bebidas, licores, bisutería y perfumería) totalizan un 3.7% de la distri-

¹ Dato disponible en: Gerencia Turística: Estadísticas del Turismo Venezolano. <http://ascanio.blogspot.com/2008/07/estadisticas-del-turismo-venezolano.html>. Consulta: octubre 2009.

bución porcentual de las importaciones realizadas por los negociantes adscritos al régimen de Zona Libre de la península de Paraguaná.

De lo anteriormente descrito se infiere que el principal gasto que realizan los visitantes de la zona está relacionado con la compra de bienes procedentes del exterior, tales como electrodomésticos, enseres y muebles. Destaca, además, el hecho de que la comercialización de tales bienes a precios más competitivos que en el resto del mercado nacional ha sido una estrategia efectiva para impulsar el encadenamiento productivo en la prestación de servicios turísticos en la región.

- Contribución del turismo a la economía y prosperidad económica

Dentro de los beneficios económicos que supone el turismo está el incremento de la fuerza de trabajo, y según plantea Pérez de las Heras (2008, 50), el empleo se puede originar de diferentes formas: directo, el cual es provocado en las instalaciones turísticas (hoteles, restaurantes, empresas de actividades, tiendas, entre otras); indirecto, generado por los proveedores de las instalaciones turísticas; e inducido, el cual se da a través de la promoción por la expansión económica al haber más empleo turístico.

En relación con el sector turismo se evidencia un crecimiento relativamente estable en lo correspondiente a la generación de empleos directos e indirectos, siendo el año 2001 uno de los de mayor crecimiento pues durante el mismo se inician en su mayoría las actividades económicas vinculadas a dicho sector (creación de las primeras infraestructuras: hoteles, posadas, entre otras), tal como se evidencia en la tabla 8.

Ahora bien, en referencia al empleo generado por el sector comercial de la península de Paraguaná, considerado por la Ley de Zona Libre como conexo al turismo, se observa también una tendencia incremental (tabla 9). Sin embargo, se destaca de manera significativa el mayor aporte de este sector de actividad empresarial en la generación de empleo que el causado por el sector vinculado directamente al turismo.

Adicionalmente, la tabla 10 muestra el número total de empleos (directos e indirectos) que se han generado en la Península de Paraguaná desde la entrada en vigencia de la Ley de Zona Libre y el crecimiento interanual de los mismos; resaltándose un total de empleos de 42.791 al cierre del año 2008. En referencia a este aspecto, CORPOTULIPA (2009: 35) reseña la tasa de crecimiento de empleos entre los años 2000 (10.360 empleos) y 2008 (42.791 empleos) es del 413%.

- Inversión en turismo

El diario *Nuevo Día* (2009: 22), en un reportaje especial, reseña que la constante presencia de visitantes a la Zona Libre de Paraguaná; ha despertado en los prestadores de servicios turísticos el interés de realizar importantes inversiones en el ramo de alojamiento, aumentando el número de posadas, hoteles, restaurantes e incluso la integración del hospedaje alternativo que involucra a familias emprendedoras que desean satisfacer las necesidades de los turistas en sus propios hogares, propiciando un acercamiento idóneo, el cual han catalogado como otro beneficio de la actividad turística que se desarrolla en la península.

Por otra parte, el mismo diario señala que el crecimiento que evidencia el estado Falcón a través de los ingresos generados por la Zona Libre de Paraguaná ha propiciado alianzas entre el sector privado, consejos comunales y entes gubernamentales en la promoción de obras, lo cual se refleja en las diversas construcciones impulsadas por el sector público como: el Acueducto Bolivariano, la Planta Termoelectrica Josefa Camejo, la Carretera Perimetral, el Terminal de Pasajeros, el Estacionamiento Municipal de Carirubana, el Mercado Turístico, entre otras. En lo concerniente a la inversión privada ésta se visualiza en la construcción de centros comerciales, complejos hoteleros, conjuntos residenciales, posadas y hoteles, los cuales suman una importante cifra en la generación de empleos. En la tabla 11 se visualiza el monto de las inversiones públicas y privadas generadas hasta la fecha en el estado Falcón, específicamente para la península de Paraguaná.

En correspondencia con lo anteriormente expresado se desataca que la inversión pública y privada producida en la región en el marco de la Ley de Zona Libre ha repercutido de cierta manera en una inversión de tipo social para la comunidad local, pues de alguna forma ha habido desarrollo en infraestructuras, incremento de empleos, participación de la comunidad en la gestión turística, lo que a su vez se traduce en mejoras de la calidad de vida de los habitantes de la península.

CONSIDERACIONES FINALES

Al evaluar a la península de Paraguaná, en el marco de los tres ejes que soportan la sostenibilidad turística como destino competitivo, se puede afirmar que en lo correspondiente al factor económico se evidencian entre otros, los siguientes aspectos: incremento de la oferta de empleo (directo e indirecto); estímulo para la instalación de nuevas empresas (comerciales y turísticas); diversificación de la actividad económica de la región, que ahora es vista no sólo como centro de un importante complejo de refinación petrolera, sino que además hay desarrollo en actividades comerciales y turísticas.

En relación al aspecto social, el turismo debe verse como un instrumento para optimizar la situación de la población, mejorando por tanto los aspectos sociales de la sostenibilidad; en tal sentido, el turismo desarrollado en la península de Paraguaná ha generado los siguientes aspectos a favor: incremento de los ingresos económicos, mejora en infraestructuras que redundan en mayor bienestar y calidad de vida de los locales, aprecio y revalorización de los valores culturales y del patrimonio natural; participación de las familias de la península en actividades vinculadas al sector turístico.

Sin embargo, es papel de los entes encargados de la gestión del destino la promoción y apoyo para que las comunidades creen sus propias empresas o para que participen en las creadas; además, deben promover la participación en programas de educación y sensibilización ambiental, tanto para las comunidades locales como para los visitantes.

En referencia al impacto ambiental del turismo en el destino, es bien sabido que el mismo causa destrucción o deterioro de los recursos naturales; además, genera un consumo excesivo de recursos (agua, energía eléctrica) por parte de los turistas, que es mucho mayor que el de los pobladores locales; producción de residuos e incremento de desechos. En tal sentido, se propone que los entes encargados de la gestión ambiental vinculados a la Zona Libre de Paraguaná implementen las medidas necesarias para proteger y conservar el capital natural de la localidad, previniendo la degradación medioambiental y el colapso de los recursos existentes con el fin de minimizar las repercusiones negativas que el turismo puede producir, alcanzando la equidad intergeneracional en el uso de los recursos.

De manera general, se puede acotar que si bien es cierto que se han incrementado algunas actividades vinculadas a la prestación de servicios turísticos en la península de Paraguaná aún son muchos los esfuerzos que deben realizarse por los sectores público, privado y la comunidad de la localidad para convertir a la península en un verdadero destino turístico competitivo y sostenible. Por lo tanto, es necesario que la planificación de la actividad turística en la península de Paraguaná se construya en función de la concepción de la localidad como un producto turístico integral, en el que cada componente sectorial incida en la satisfacción del visitante, ofreciéndole el beneficio de los recursos de manera equilibrada y sostenida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Consejo Nacional de Promoción de Inversiones (CONAPRI) (2008), "Corpotulipa recibió la Certificación ISO 9001:2000", *Publicaciones*, Caracas, 10/12/08, <http://www.conapri.org/ArticleDetailIV.asp?articleid=322703&CategoryId2=23437>

Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (2009), *Perfil del Turista Nacional y Evaluación de la Calidad de los Servicios Turísticos*, CORPOTUR Gobierno de Nueva Esparta.

Corporación para la Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná (CORPOTULIPA) (2009), *Zona Libre de Paraguaná como instrumento del Estado para alcanzar un modelo productivo de beneficio social*, CORPOTULIPA.

— CORPOTULIPA (2006), <http://www.corpotulipa.gob.ve>

Fernández, Gladys; Narváez, Mercy (2006), "Consideraciones estratégicas de mercadeo para la pequeña y mediana empresa del sector de alojamiento turístico de la Península de Paraguaná", *Revista de Ciencias Sociales*, Vol. XII, No. 3, septiembre-diciembre.

Francés, Antonio (2003), *Turismo: competitividad y estrategia. Planes de desarrollo de destinos turísticos con el Cuadro de Mando Integral*, IESA, Caracas.

Hernández, Roberto; Fernández, Carlos; Baptista Pilar (2003), *Metodología de la Investigación*, McGrawHill Interamericana Editores. S.A.

Ley de Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná (1998), "Decreto No 36.517", *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*, 14 de Agosto de 1998, Caracas.

Mazaro, Rosana; Varzin, Giovanni (2008), "Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad", *Revista de Administración Contemporánea*. Vol.12, No. 3.

Nuevo Día (2009), *Más de 49 mil empleos ha generado la Zona Libre de Paraguaná*, 17/05/09, Pág. 22.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (1993), *Desarrollo Sostenible. Guía para planificadores locales*, OMT, Madrid.

Pérez de las Heras, Mónica (2008), *Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*, Mundi Prensa, España.

Puccio Hilda (1985), *Competitividad en destinos turísticos. Una cuestión territorial*, Instituto de Investigaciones Científicas del Turismo, Universidad de Morón, http://www.alcuth.org/competitividad_en_destinos_turisticos.pdf.

Valls, Joseph-Francesc. (1998), "Cambio de concepto en la gestión turística del municipio", *Estudios de Gestión Turística*, No. 3.

Villamediana Zorayda; Berbesi Libia (2008), *Creciendo con el Turismo. Nuestra experiencia mejorando empresas, transformando vidas*, Fundes.

Villareal, René (2003), *La competitividad sistémica: conceptos y condiciones en México*, Perspectivas y retos de la competitividad en México, Facultad de Economía, UNAM.

World Economic Forum (2008), *The Travel & Tourism Competitiveness Report*, <http://www.weforum.org.Rankings.pdf>

Cuadro 1. Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la península de Paraguaná como destino turístico sostenible

| <i>Fortalezas</i> | <i>Debilidades</i> |
|--|---|
| - Destino turístico nacional potencial para la captación del turismo internacional. | - Poca sensibilización turística de la población local. |
| - Acceso por vía terrestre desde las principales ciudades del país. | - Falta de cultura turística en la población. |
| - Variedad de productos asociados al turismo de sol y playa; compras, ecoturismo, entre otros. | - Importantes deficiencias en infraestructura básica y seguridad. |
| - Importante afluencia de visitantes atraídos por la compra de diversos productos de consumo masivo. | - Desarticulación entre el sector público y privado. |
| - Marco legal vinculado a la Zona Libre. | - Menor crecimiento del sector turístico en relación con el sector comercial. |
| <i>Oportunidades</i> | <i>Amenazas</i> |
| - Inversión pública en la construcción de obras tales como: Carretera perimetral de Paraguaná, planta termo eléctrica Josefa Camejo, acueducto bolivariano, terminales turísticos, mercado turístico, entre otros. | - Incertidumbre política. |
| - Proyectos de inversión privada tales como: centros comerciales, complejos hoteleros, posadas, hoteles, entre otros. | - Situación económica nacional e internacional. |
| - Conformación de proyectos de inversión social, mediante la integración de la comunidad con diversas instituciones. | - Posible eliminación de la Ley de Zona Libre. |
| | - Oferta del exterior más atractiva que la nacional y/o local. |
| | - Política ambiental poco desarrollada. |
| | - Posición competitiva del turismo nacional a nivel internacional. |

Fuente: Elaboración propia (Mayo, 2009).

Cuadro 2. Indicadores de competitividad de un destino turístico

| <i>Indicador</i> | <i>Subindicador</i> |
|--|--|
| Estadísticas de visitantes | - Número de visitantes y tasa de crecimiento. |
| | - Porcentaje de los visitantes del destino a nivel regional, nacional e internacional. |
| | - Tiempo de estancia media. |
| | - Índice de repetición. |
| | - Porcentaje del gasto de los visitantes del destino. |
| Contribución del turismo a la economía local y prosperidad económica | - Contribución del turismo a la creación de empleo. |
| | - Niveles agregados de empleados. |
| Inversión en Turismo | - Crecimiento económico. |
| | - Inversión Pública. |
| | - Inversión Privada. |

Fuente: Adaptación del Modelo de Competitividad de Destinos Turísticos (Dwyer y Kim, 2001).

Tabla 1. Número de visitantes por año

| Año | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Afluencia de visitantes | 2.402.673 | 2.726.734 | 2.881.871 | 3.166.455 | 3.708.342 | 4.154.846 |
| Crecimiento Interanual (%) | - | 13,49 | 5,69 | 9,87 | 17,11 | 12,04 |

CORPOTULIPA (2009).

Tabla 2. Porcentaje de visitantes del destino a nivel regional, nacional e internacional

| <i>Regionales (del mismo estado)</i> | <i>Nacionales</i> | <i>Internacionales</i> |
|--------------------------------------|-------------------|------------------------|
| 14% | 86% | - |

Fuente: Instrumento de Recolección de Información (2007).

Tabla 3. Tiempo de estancia media

| | |
|--|-------------|
| <i>Número de Pernoctaciones/Número de viajeros</i> | 4,25 Noches |
|--|-------------|

Fuente: CORPOTULIPA (2007).

Tabla 4. Porcentaje de repetición de la visita

| <i>Número de visitas al año</i> | <i>%</i> |
|---------------------------------|----------|
| Una vez | 42 |
| Dos veces | 38 |
| Tres veces o más | 20 |
| Total | 100 |

Fuente: Instrumento de Recolección de Información (2007).

Tabla 5. Promedio del gasto turístico de los visitantes por categoría

| <i>Categoría</i> | <i>Proporción Promedio (%)</i> |
|----------------------|--------------------------------|
| Alojamiento | 42,70 |
| Alimentos y Bebidas | 40,98 |
| Recreo y Diversiones | 9,90 |
| Otros gastos | 6,50 |

Fuente: CORPOTULIPA (2009)

Tabla 6. Porcentaje del gasto turístico de los visitantes del destino (diario)

| <i>Monto expresado en Bs. F</i> | <i>%</i> |
|---------------------------------|----------|
| Menos de 150 | 1 |
| 151- 225 | 5 |
| 226-300 | 22 |
| 301-375 | 9 |
| 376-450 | 9 |
| 451-600 | 20 |
| 601-750 | 5 |
| Más de 750 | 21 |
| SIN/NR | 8 |
| Total | 100 |

Fuente: Instrumento de Recolección de Información (2007).

Tabla 7. Distribución porcentual del Gasto Total que realizan las personas que visitan el destino

| <i>Tipo de Gasto</i> | <i>%</i> |
|----------------------|----------|
| Gasto Turístico | 42 |
| Gasto por Compras | 58 |
| Total | 100 |

Fuente: Instrumento de Recolección de Información (2007).

Tabla 8. Contribución del Turismo a la creación de empleo

| <i>Años</i> | <i>2000</i> | <i>2001</i> | <i>2002</i> | <i>2003</i> | <i>2004</i> | <i>2005</i> | <i>2006</i> | <i>2007</i> | <i>2008</i> |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Empleos Directos | 615 | 909 | 1.154 | 1.228 | 1.390 | 1.562 | 1.796 | 2.007 | 2.542 |
| Empleos Indirectos | 1.250 | 1.847 | 2.343 | 2.494 | 2.823 | 3.170 | 3.646 | 4.074 | 5.160 |
| Total | 1.865 | 2.756 | 3.497 | 3.722 | 4.213 | 4.732 | 5.442 | 6.081 | 7.702 |

Fuente: CORPOTULIPA (2009).

Tabla 9. Empleos generados por el Sector Comercio (conexo al turismo)

| <i>Años</i> | <i>2000</i> | <i>2001</i> | <i>2002</i> | <i>2003</i> | <i>2004</i> | <i>2005</i> | <i>2006</i> | <i>2007</i> | <i>2008</i> |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Empleos Directos | 2.803 | 4.144 | 5.258 | 5.595 | 6.199 | 7.114 | 8.181 | 9.141 | 11.579 |
| Empleos Indirectos | 5.692 | 8.413 | 10.674 | 11.361 | 12.586 | 14.443 | 16.610 | 18.560 | 23.510 |
| Total | 8.495 | 12.557 | 15.932 | 16.956 | 18.785 | 21.557 | 24.791 | 27.701 | 35.089 |

Fuente: CORPOTULIPA (2009).

Tabla 10. Nivel Agregado de Empleos y Crecimiento Interanual

| Años | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Total de Empleos | 10.360 | 15.313 | 19.429 | 20.678 | 22.998 | 26.289 | 30.233 | 33.782 | 42.791 |
| Crecimiento (%) | - | 47,81 | 26,88 | 6,43 | 10,78 | 14,76 | 15,00 | 11,74 | 11,74 |

Fuente: CORPOTULIPA (2009).

Tabla 11. Inversión Pública y Privada (Bs. F)

| | |
|--|------------------|
| <i>Inversión Pública</i> | 3.557.800.000 |
| <i>Inversión Privada</i> | |
| Infraestructura Comercial | 607.861.962,50 |
| Infraestructura de Alojamiento Turístico | 527.320.200,00 |
| <i>Total Inversión Privada</i> | 1.135.182.162,50 |

Fuente: CORPOTULIPA (2009).