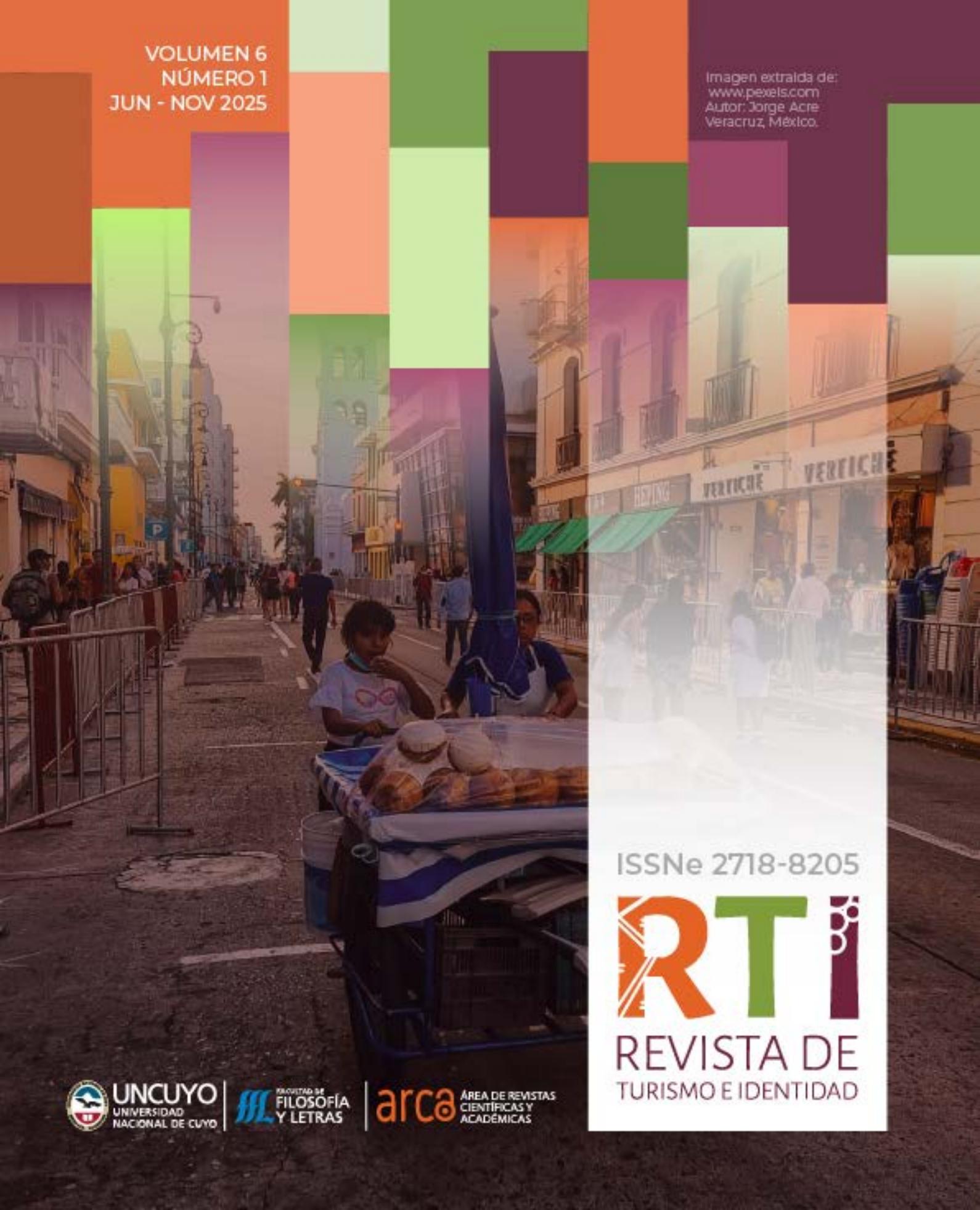


VOLUMEN 6
NÚMERO 1
JUN - NOV 2025

Imagen extraída de:
www.pexels.com
Autor: Jorge Acre
Veracruz, México.



ISSN 2718-8205



REVISTA DE
TURISMO E IDENTIDAD



arca
ÁREA DE REVISTAS
CIENTÍFICAS Y
ACADÉMICAS



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE
FILOSOFÍA Y LETRAS



ÁREA DE REVISTAS
CIENTÍFICAS Y
ACADÉMICAS

Publicación del Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad (IITI)

Departamento de Turismo – Facultad de Filosofía y Letras

Universidad Nacional de Cuyo – Mendoza, Argentina



**REVISTA DE
TURISMO E IDENTIDAD**

ISSN 2718-8205

**Volumen 6 – Número 1
Enero a junio de 2025**

Mail INSTITUTO: iiti-uncuyo@ffyl.uncu.edu.ar

Mail REVISTA: revistaturismoeidentidad@ffyl.uncu.edu.ar

SITIO DE LA REVISTA: <http://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/turismoeidentidad>

Datos de Revista - *Journal's Information*

Revista de turismo e identidad

EISSN 2718 – 8205 | V6 n1 | Junio de 2025

Revista de Turismo e Identidad es una publicación del **Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad (IITI)** - Departamento de Turismo - Facultad de Filosofía y Letras - Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina.

Centro Universitario - Ciudad de Mendoza (5500) - Casilla de Correo 345 – Provincia de Mendoza, Argentina

e-mail: revistaturismoeidentidad@ffyl.uncu.edu.ar

Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad: iiti-uncuyo@ffyl.uncu.edu.ar

web: <http://ffyl.uncu.edu.ar>

Envíe su trabajo a:

revistaturismoeidentidad@ffyl.uncu.edu.ar

<http://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeidentidad/about/submissions#authorGuidelines>

El envío de un artículo u otro material a la revista implica la aceptación de las siguientes condiciones:

- Que sea publicado bajo Licencia Creative Commons Atribución - NoComercial 4.0 internacional <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> a partir del número 3 de Revista Turismo e Identidad (con publicación en diciembre 2021).
- Que sea publicado en el sitio web oficial de “Revista de Turismo e Identidad”, de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina: <http://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/turismoeidentidad> y con derecho a trasladarlo a nueva dirección web oficial sin necesidad de dar aviso explícito a los autores.
- Que permanezca publicado por tiempo indefinido.
- Que sea publicado en cualquiera de los siguientes formatos: pdf, xlm, html, epub; según decisión de la Dirección de la revista para cada volumen en particular, con posibilidad de agregar nuevos formatos aún después de haber sido publicado.

Proceso de evaluación por pares: Revista de Turismo e Identidad considera para su publicación artículos inéditos y originales, los que serán sometidos a evaluación. La calidad científica y la originalidad de los artículos de investigación son sometidas a un proceso de arbitraje anónimo externo nacional e internacional. El proceso de arbitraje contempla la evaluación de dos jueces, que pertenecen a distintas instituciones y universidades. Se estima un plazo de un mes para que los especialistas informen los juicios. Dependiendo de las opiniones de los árbitros, la revista informará al autor la factibilidad de la publicación de su trabajo. Revista de Turismo e Identidad se reserva el derecho de no enviar a evaluación aquellos trabajos que no cumplan con las indicaciones señaladas en las “Normas para la publicación”, además se reserva el derecho de hacer modificaciones de forma al texto original aceptado. La revista se reserva el derecho de incluir los artículos aceptados para publicación en el número que considere más conveniente. Los autores son responsables por el contenido y los puntos de vista expresados, los cuales no necesariamente coinciden con los de la revista.

“¿Qué es el acceso abierto?

El acceso abierto (en inglés, Open Access, OA) es el acceso gratuito a la información y al uso sin restricciones de los recursos digitales por parte de todas las personas. Cualquier tipo de contenido digital puede estar publicado en acceso abierto: desde textos y bases de datos hasta software y soportes de audio, video y multimedia. (...)

Una publicación puede difundirse en acceso abierto si reúne las siguientes condiciones:

- Es posible acceder a su contenido de manera libre y universal, sin costo alguno para el lector, a través de Internet o cualquier otro medio;
- El autor o detentor de los derechos de autor otorga a todos los usuarios potenciales, de manera irrevocable y por un período de tiempo ilimitado, el derecho de utilizar, copiar o distribuir el contenido, con la única condición de que se dé el debido crédito a su autor;
- La versión integral del contenido ha sido depositada, en un formato electrónico apropiado, en al menos un repositorio de acceso abierto reconocido internacionalmente como tal y comprometido con el acceso abierto.”

De: <https://es.unesco.org/open-access/%C2%BFqu%C3%A9-es-acceso-abierto>

Política de acceso abierto: Esta revista proporciona acceso abierto inmediato a su contenido, basado en el principio de que ofrecer los avances de investigación de forma inmediata colabora con el desarrollo de la ciencia y propicia un mayor intercambio global de conocimiento. A este respecto, la revista adhiere a:

- PIDESC. Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.
https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/derechoshumanos_publicaciones_colecciondebolsillo_07_derechos_economicos_sociales_culturales.pdf
- Creative Commons <http://www.creativecommons.org.ar/>
- Iniciativa de Budapest para el Acceso Abierto.
<https://www.budapestopenaccessinitiative.org/translations/spanish-translation>
- Declaración de Berlín sobre Acceso Abierto https://openaccess.mpg.de/67627/Berlin_sp.pdf
- Declaración de Bethesda sobre acceso abierto https://ictlogy.net/articles/bethesda_es.html
- DORA. Declaración de San Francisco sobre la Evaluación de la Investigación <https://sfdora.org/read/es/>
- Ley 26899 Argentina. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/220000-224999/223459/norma.htm>
- Iniciativa Helsinki sobre multilingüismo en la comunicación científica <https://www.helsinki-initiative.org/es>

Política de detección de plagio: Se utiliza el software Plagius (<https://www.plagius.com/es>). Esta etapa de control está a cargo del Equipo Editorial de la revista.

Aspectos éticos y conflictos de interés: Damos por supuesto que quienes hacemos y publicamos en Revista de Turismo e Identidad conocemos y adherimos tanto al documento CONICET: "Lineamientos para el comportamiento ético en las Ciencias Sociales y Humanidades" (Resolución N.º 2857, 11 de diciembre de 2006) como al documento "Guide lines on Good Publication Practice" (Committee on Publications Ethics: COPE). Para más detalles, por favor visite: [Code of Conduct for Journal Editors](#) y [Code of Conduct for Journal Publishers](#)

Política de preservación: La información presente en el "Sistema de Publicaciones Periódicas" (SPP), es preservada en distintos soportes digitales diariamente y semanalmente. Los soportes utilizados para la "copia de resguardo" son discos rígidos y cintas magnéticas.

Copia de resguardo en discos rígidos: se utilizan dos discos rígidos. Los discos rígidos están configurados con un esquema de RAID 1. Además, se realiza otra copia en un servidor de copia de resguardo remoto que se encuentra en una ubicación física distinta a donde se encuentra el servidor principal del SPP. Esta copia se realiza cada 12 horas, sin compresión y/o encriptación.

Para las copias de resguardo en cinta magnéticas existen dos esquemas: copia de resguardo diaria y semanal.

Copia de resguardo diaria en cinta magnética: cada 24 horas se realiza una copia de resguardo total del SPP. Para este proceso se cuenta con un total de 18 cintas magnéticas diferentes en un esquema rotativo. Se utiliza una cinta magnética por día, y se va sobrescribiendo la cinta magnética que posee la copia de resguardo más antigua. Da un tiempo total de resguardo de hasta 25 días hacia atrás.

Copia de resguardo semanal en cinta magnética: cada semana (todos los sábados) se realiza además otra copia de resguardo completa en cinta magnética. Para esta copia de resguardo se cuenta con 10 cintas magnéticas en un esquema rotativo. Cada nueva copia de resguardo se realiza sobre la cinta magnética que contiene la copia más antigua, lo que da un tiempo total de resguardo de hasta 64 días hacia atrás.

Los archivos en cinta magnética son almacenados en formato "zip", comprimidos por el sistema de administración de copia de resguardo. Ante la falla eventual del equipamiento de lectura/escritura de cintas magnéticas se poseen dos equipos lecto-grabadores que pueden ser intercambiados. Las cintas magnéticas de las copias de resguardo diarios y semanal son guardados dentro de un contenedor (caja fuerte) ignífugo.

Copia de resguardo de base de datos: se aplica una copia de resguardo diario (dump) de la base de datos del sistema y copia de resguardo del motor de base de datos completo con capacidad de recupero ante fallas hasta (5) cinco minutos previos a la caída. Complementariamente, el servidor de base de datos está replicado en dos nodos, y ambos tienen RAID 1.

Revista de Turismo e Identidad es una publicación de divulgación científica del **Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad, IITI**, de la **Facultad de Filosofía y Letras**, de la **Universidad Nacional de Cuyo**. Publica trabajos originales, sujetos a arbitraje, orientados a un público lector especializado e interesado en el sector turístico con una visión multi e interdisciplinaria. Se abordan temas relativos al turismo y patrimonio en la actualidad, a la búsqueda de nuevas opciones y alternativas para el futuro de los mismos, atendiendo a los criterios de sostenibilidad que se promueven en el siglo XXI, al desarrollo local y a la participación comunitaria con conciencia socio ambiental y cultural. La responsabilidad por las opiniones emitidas en los artículos corresponde exclusivamente a los autores.

Foto de tapa: Imagen extraída de <https://www.pexels.com/>. Autor: Jorge Acre. Tomada en Veracruz, México, Julio 2022.

Se permite la reproducción de los artículos de este número siempre y cuando se cite la fuente. Esta obra está bajo una Licencia Atribución-NoComercial 4.0 internacional (CC BY-NC 4.0), salvo los elementos específicos publicados dentro de esta revista que indiquen otra licencia. Usted es libre de: copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato; adaptar, transformar y construir a partir del material citando la fuente. Bajo los siguientes términos: Atribución —debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciataria. NoComercial —no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. No hay restricciones adicionales —No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.es>.

Esta revista se publica a través del SID (Sistema Integrado de Documentación), que constituye el repositorio digital de la Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza): <http://bdigital.uncu.edu.ar/>, en su Portal de Revistas Digitales en OJS: <http://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/index/index>.

Nuestro repositorio digital institucional forma parte del SIRD (Sistema Nacional de Repositorios Digitales) <http://repositorios.mincyt.gob.ar/>, enmarcado en la leyes argentinas: Ley N° 25.467, Ley N° 26.899, Resolución N° 253 del 27 de diciembre de 2002 de la entonces SECRETARÍA DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PRODUCTIVA, Resoluciones del MINISTERIO DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PRODUCTIVA N° 545 del 10 de septiembre del 2008, N° 469 del 17 de mayo de 2011, N° 622 del 14 de septiembre de 2010 y N° 438 del 29 de junio de 2010, que en conjunto establecen y regulan el acceso abierto (libre y gratuito) a la literatura científica, fomentando su libre disponibilidad en Internet y permitiendo a cualquier usuario su lectura, descarga, copia, impresión, distribución u otro uso legal de la misma, sin barrera financiera [de cualquier tipo]. De la misma manera, los editores no tendrán derecho a cobrar por la distribución del material. La única restricción sobre la distribución y reproducción es dar al autor el control moral sobre la integridad de su trabajo y el derecho a ser adecuadamente reconocido y citado.

EQUIPO EDITORIAL

- Director:
Mgtr. Germán Eduardo Herrera 
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- Secretaria de Edición:
Mgtr. Eleonora Mamaní 
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- Secretario de Redacción:
Mgtr. Juan Pablo Aguilar 
Universidad Nacional de Cuyo, CONICET, República Argentina.
- Correctora:
Prof. Antonella Diblasi
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
Prof. Ivana Mellado
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- Diseño Gráfico:
Lic. Clara Luz Muñiz 
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- Gestora de publicación virtual:
Prof. Lorena Frascali Roux 
Área de Revistas Científicas y Académicas (ARCA), Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.

COMITÉ EDITOR

- Dr. Elías Gil 
Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- Mgtr. Fernando Oyarce Ortuya 
Universidad Autónoma de Chile, Instituto Hábitat, República de Chile.
- Mgtr. Alejandra Brunet 
Universidad del Dominicano Americano y Universidad Pedro Henríquez Ureña UNPHU, República Dominicana.
- Esp. Lic. Carlos Bassan 
Universidad Nacional de San Juan, República Argentina.
- Mgtr. María Delia Soteras 
Universidad Nacional de Chilecito, La Rioja, República Argentina.
- Dr. Diego Navarro Drazich 
Conicet, República Argentina.

CONSEJO ASESOR

- Dra. Yolanda de la Fuente Robles 
Universidad de Jaén, España.
- Mgtr. Carlos Maillet Aranguiz
Director Nacional de Patrimonio Cultural de Chile. Universidad del Desarrollo, Escuela de Arquitectura, República de Chile.
- Dra. Josefina Matas Musso 
Universidad Católica Boliviana de La Paz, Estado Plurinacional de Bolivia.
- Mgtr. Mariano Alguacil
Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia de Mendoza, República Argentina.
- Dr. Hernán Riquelme Brevis 
Universidad Autónoma de Chile, República de Chile.

COMITÉ EVALUADOR

- Dr. Roberto Moreno García 
Universidad Autónoma de Chile, República de Chile.
- Mgtr. Paula Luconi 
Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- Lic. Javier Battaleme 
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- Esp. Geog. Franco Bianco 
Universidad Nacional de Cuyo, CONICET, República Argentina.
- Dr. Néstor Cuba Carabajal 
Universidad San Martín de Porres, República del Perú.
- Mgtr. Sebastián Herrera 
Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia de Mendoza, República Argentina.
- Dra. Esther Ruiz 
Universidad Rey Juan Carlos, España.
- Lic. Gilberto Soto
Universidad Pedro Henríquez Ureña, UNPHU, Santo Domingo, República Dominicana.
- Mgtr. Gabriela Santibáñez 
Universidad Nacional de Cuyo, Universidad de Congreso, Universidad de Mendoza, República Argentina.

Editorial



Germán Eduardo Herrera

Director

Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo
Mendoza, Argentina
gherrera@ffyl.uncu.edu.ar

En la décima edición de la *Revista de Turismo e Identidad* publicamos tres artículos de autores internacionales. Uno de ellos, de Colombia, trata sobre el turismo experiencial en Bogotá; la investigación tiene como objetivo analizar el impacto y las estrategias para lograr un desarrollo sostenible del sector turístico urbano. Los autores de Ecuador proponen estudiar críticamente el potencial del turismo creativo como dinamizador socioeconómico de las localidades rurales. El tercero, proviene de México y la autora buscar responder si la construcción del Afroturismo es un medio válido para la incorporación de los pobladores de comunidades vulnerables de Veracruz a los beneficios que genera el turismo, sin convertir a la actividad en extractivista.

Todos los artículos publicados en nuestra revista han superado las instancias evaluativas a través del doble referato ciego y nos orgullece seguir formando parte de prestigiosos catálogos de indexación y redes de divulgación, como son Latindex, Latinrev, Base y Binpar entre otros.

Agradezco, en nombre del equipo Editorial, a todas las personas que han contribuido para lograr la presente publicación y los invito a compartir y difundir nuestro Volumen 6 – Número 1.

Editorial

 **Germán Eduardo Herrera**

Director

Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo
Mendoza, Argentina
gherrera@ffyl.uncu.edu.ar

In the tenth edition of the Journal of Tourism and Identity we publish three articles by international authors. One of them, from Colombia, deals with experiential tourism in Bogota; the research aims to analyze the impact and strategies to achieve sustainable development of the urban tourism sector. The authors from Ecuador propose to critically study the potential of creative tourism as a socioeconomic dynamizer of rural localities. The third comes from Mexico and the author seeks to answer whether the construction of Afro-tourism is a valid means for the incorporation of the inhabitants of vulnerable communities in Veracruz to the benefits generated by tourism, without turning the activity into an extractive activity.

All the articles published in our journal have passed the evaluation instances through double blind refereeing and we are proud to continue being part of prestigious indexing catalogs and dissemination networks, such as Latindex, Latinrev, Base and Binpar, among others.

On behalf of the Editorial team, I thank all the people who have contributed to achieve this publication and I invite you to share and disseminate our Volume 6 - Number 1.

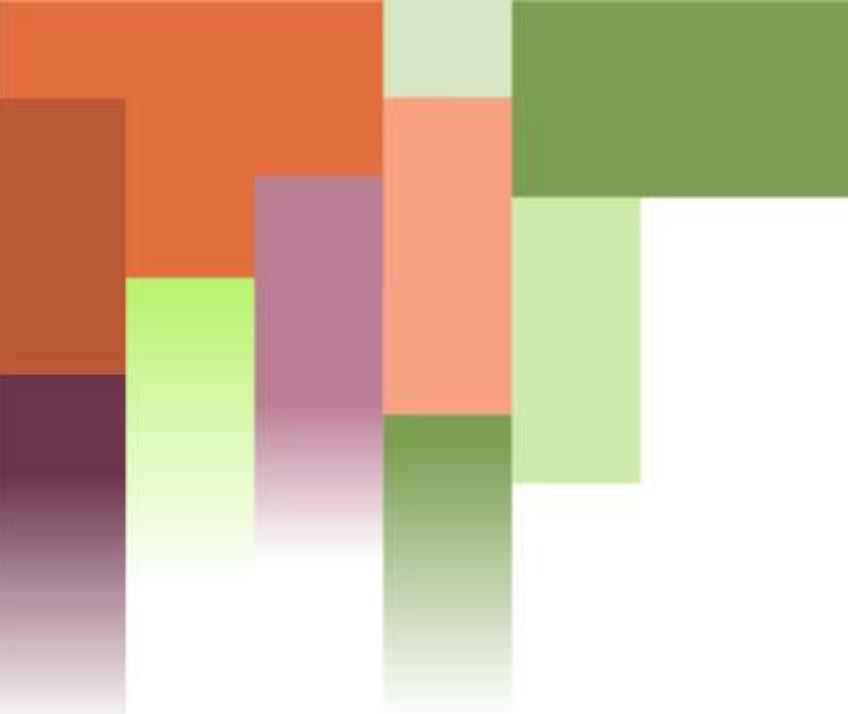
Índice

Editorial	6
 Germán Eduardo Herrera	6
<i>Editorial</i>	7
 Germán Eduardo Herrera	7
Índice	8
ARTÍCULOS	10
La construcción del Afroturismo como medio de incorporación de regiones vulnerables en Veracruz, México	11
The construction of Afro tourism as a means of incorporating vulnerable regions in Veracruz, Mexico	11
 Jerson Mauricio Rodríguez del Carmen	11
 César Vega Zárate	11
 Iris Adriana Landa Torres	11
 Jerónimo D. Ricárdez Jiménez	12
Turismo creativo como estrategia de desarrollo en localidades rurales	37
Creative tourism as a development strategy for rural towns	37
 Karen Lisbeth Betancourt Ludeña	37
 Arturo José Bravo Jiménez	37
Turismo experiencial y sostenibilidad en Bogotá. Análisis del impacto y las estrategias hacia un desarrollo sostenible en el sector turístico urbano	60

Experiential tourism and sustainability in Bogotá. Analysis of the Impact and Strategies for Sustainable Development in the Urban Tourism Sector 60



Sandra Lorena Rosero Ordoñez 60



ARTÍCULOS

La construcción del Afroturismo como medio de incorporación de regiones vulnerables en Veracruz, México

The construction of Afro-tourism as a means of incorporating vulnerable regions in Veracruz, Mexico



Jerson Mauricio Rodríguez del Carmen

Universidad Veracruzana
Facultad de Contaduría y Administración
Xalapa, Veracruz, México
jerrodriguez@uv.mx



César Vega Zárate

Universidad Veracruzana
Facultad de Contaduría y Administración
Xalapa, Veracruz, México
cevega@uv.mx



Iris Adriana Landa Torres

Universidad Veracruzana
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
Xalapa, Veracruz, México
ilanda@uv.mx



RESUMEN

El presente trabajo tiene por objetivo reconocer la relación turismo – regiones afro para contribuir a la construcción del Afroturismo (AT). El AT es un concepto emergente que ha surgido a partir de la incorporación de las regiones afrodescendientes en la dinámica turística. Si bien el AT no es nuevo, la conceptualización si, ya que en este se resaltan las manifestaciones afro culturales y sociales como una experiencia turística, a su vez siendo un medio de reconocimiento y visibilización en las comunidades para su desarrollo local. La investigación se realizó bajo el método cualitativo, con enfoque descriptivo y de tipo exploratorio para reconocer aquellos conceptos e ideas que permiten comprender el constructo de este tipo de turismo y relacionarlo con las poblaciones seleccionadas en Veracruz, México. Los resultados muestran que en México es poco explorado este tipo de turismo y que, en las regiones afroveracruzanas, por su identidad afro y su potencialidad turística, se puede implementar el AT basado en su dinámica y su realidad, y que existen acciones y formas de un turismo enfocado en esta población pero que falta alinearlos a un desarrollo local y de índole institucional para fortalecer la práctica, con el reto que no se vuelva extractivista y que se enfoque en la dignificación de la población.

PALABRAS CLAVES: afroturismo, inclusión turística, identidad turística, rutas veracruzanas, turismo emergente

ABSTRACT

The objective of this paper is to recognize the relationship between tourism and Afro-descendant regions in order to contribute to the construction of Afro-tourism (AT). AT is an emerging concept that has arisen from the incorporation of Afro-descendant regions in the tourism dynamics. Although AT is not new, the conceptualization is, since it highlights Afro cultural and social manifestations as a tourist experience, which in turn is a means of recognition and visibility in the communities for their local development. The research was conducted under the qualitative method, with a descriptive and exploratory approach to recognize

those concepts and ideas that allow understanding the construct of this tourism and relate it to the selected populations in Veracruz, Mexico. The results show that this type of tourism is little explored in Mexico and that in the Afro-Veracruz regions, due to their Afro identity and tourism potential, AT can be implemented based on their dynamics and reality, and that there are actions and forms of tourism focused on this population but that it is necessary to align it with local and institutional development to strengthen the practice, with the challenge that it does not become extractivist and that it focuses on the dignity of the population.

KEYWORDS: afro-tourism, tourist inclusion, tourist identity, veracruz routes, emerging tourism

INTRODUCCIÓN

México es conocido por ser uno de los países más visitados del mundo (DATATUR, p. 202). El turismo en este país representa un sector productivo con grandes oportunidades para los grupos poblacionales que se ven inmersos en él. Guerrero Rodríguez (2018) dice: “el turismo ha ido adquiriendo un papel cada vez más preponderante dentro de la economía mexicana” (p. 2) y por ello, “el turismo se configura como uno de los principales motores económicos a nivel internacional, cobrando más fuerza en zonas en vías de desarrollo” (Agüera y Moral Cuadra, 2016).

Cada estado de la República tiene diferentes atractivos que lo fortalecen, algunos de ellos con un mayor desarrollo turístico que otros, por ejemplo, los estados de Quintana Roo (Cancún), Yucatán (la cultura Maya), el centro del país (Ciudad de México), el sur, como Chiapas y Oaxaca, o el norte, como los Cabos, se caracterizan por un turismo masivo, enfocado en turismo de cultura, playa y aventura. Lo cual es aprovechado por turistas extranjeros, generalmente de países europeos y de Norteamérica.

Este turismo enfocado en lo masivo (playa y aventura) ya tiene una estructura turística que permite la visita de millones de personas cada año.

La inmensidad del país, no solo desde lo geográfico, sino también desde lo cultural y social, hace que existan varios escenarios potencialmente turísticos

y ello se puede aprovechar para la inclusión de diferentes poblaciones y comunidades.

Actualmente se ha potenciado también el turismo indígena y rural. Y recientemente ha habido un auge en las investigaciones que hablan sobre lo “afro”. Si bien, la población “afro” habita en el país desde la colonización, han sido invisibilizados y estigmatizados, hasta el punto de borrar su identidad y solo señalarlas como personas morenas o indígenas.

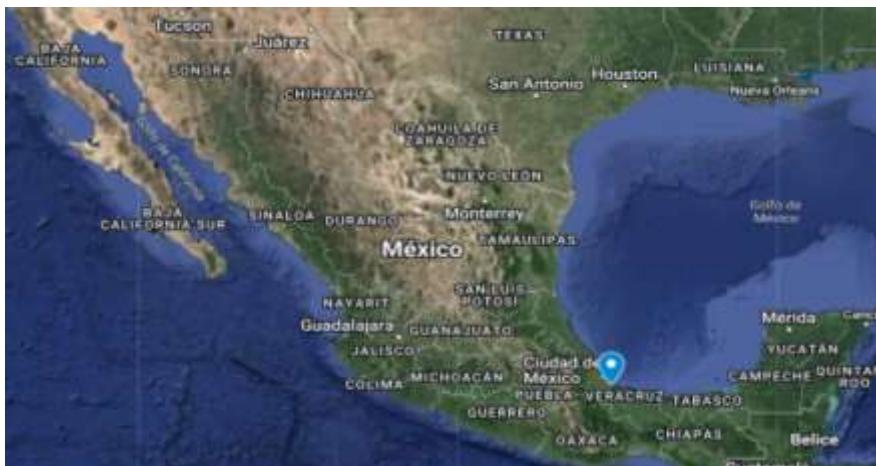
La acción más importante para su reconocimiento fue el último censo poblacional del año 2020, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), donde se identificó que en el país había alrededor de 2.5 millones de personas que se autoidentificaban como afromexicanos (representando un poco más del 2 % de la población total). Esta información permitió reconocer por primera vez a la población afromexicana y derivó varias oportunidades para su reconocimiento y dignificación.

El sector afromexicano habita en todo el país, pero existen entidades federativas que poseen mayor identidad “afro”, por ejemplo, Oaxaca, Guerrero y Veracruz. Para esta investigación, se seleccionó el estado de Veracruz para su análisis.

Cuando se habla de Veracruz (ver Imagen 1), se pueden rescatar algunos sucesos claves en la historia mexicana.

Veracruz fue la puerta de entrada para la colonización y la llegada de la “nueva” gente a las tierras inexploradas. Esa gente externa trajo consigo además de nuevos modos de vida, esclavos que ocupaban como mano de obra. Algunos esclavos escaparon a las serranías y montañas y ahí comenzaron a mezclarse con los pobladores, sobre todo indígenas, creando lo que se conoce como la tercera raíz de México. Esa mezcla, en lo social y cultura, ha sido un detonador para la creación de lo veracruzano, por ejemplo: carnavales, fiestas tradicionales e incluso algunos lugares aún conservan herencia afro.

Imagen 1: Ubicación del Estado de Veracruz



Fuente: Google. (s. f.). [Mapa de Google Maps de la ubicación del Estado de Veracruz]. Recuperado el 12 de marzo de 2025.

El turismo veracruzano se ve dinamizado con un turismo de playa y aventura, así como un turismo cultural. Existen escenarios como el puerto de Veracruz, sitio emblemático e histórico que tiene un protagonismo indiscutible en la historia de nuestro país. La ruta de Cortés, que es un imaginario turístico que combina playa, cultura y zonas arqueológicas. Las culturas Náhuatl y Olmeca, que también son susceptibles a actividades turísticas y culturales, como por ejemplo Xalapa, la capital del Estado, lugar donde se concentran varias instituciones de educación, sede de las dependencias gubernamentales, o también se piensa en los pueblos mágicos como Xico, Coatepec o algunos que este año se han sumado a lista. Sin embargo, al hablar de Veracruz, no se piensa en afromexicanos, afro veracruzanos o afro jarochos¹.

¹ Para esta investigación, cualquier identificación de lo “afro” es válido, ya que esta investigación no pretende clasificarlos o categorizarlos.

El censo poblacional del INEGI del año 2020 también identificó que en la entidad federativa había cerca de 215 mil personas que se auto percibían con esta denominación, representando (al igual que la estadística nacional) una minoría de apenas el 2.6 % sobre el total de veracruzanos (más de 8 millones).

Este grupo poblacional se encuentra en todo el Estado de Veracruz. Sin embargo, hay regiones donde habitan mayoritariamente, por ejemplo; Tamiahua (Región Huasteca), Yanga (Región Altas Montañas), Benito Juárez (Región Huasteca) y la localidad de Coyolillo. Estos lugares conservan identidad, historia y tradiciones afroveracruzanas y es que, de acuerdo con la Secretaría de Cultura, muchas de las bases culturales, gastronómicas, musicales y sociales de lo que se conoce como veracruzano tiene un origen desde lo afrodescendiente.

Bajo la perspectiva anterior, la investigación está direccionada a saber si el turismo puede visibilizar y ser un factor de desarrollo. Así como se han visto otros tipos de turismo en el país, ¿este tipo de turismo centrado en lo afro puede funcionar con el fin de lograr el desarrollo local? Según Gambarota y Lorda (2017), este binomio “permiten el progreso de un territorio, ya sea una localidad o región” (p. 347).

A partir de esta visibilización y reconocimiento, la presente investigación busca estudiar al AT para su progreso económico y social, identificando aquellos aspectos turísticos potenciales que posea. Para ello, se busca la construcción del Afro turismo como medio para el desarrollo local, a través de la difusión de las manifestaciones afro culturales, sociales, gastronómicas e históricas que permitan el reconocimiento y valorización de las regiones como parte importante de la identidad estatal. Para lograrlo, este texto comienza con identificar los antecedentes del Afroturismo, el concepto y su relación con la población seleccionada, para, a partir de ello, realizar interpretaciones y puntualizar los resultados que versan en identificar las oportunidades de la relación turismo-regiones afroveracruzanas.

METODOLOGÍA

Con base en el objetivo de contribuir a la construcción del Afroturismo (AT), el estudio fue diseñado de manera cualitativa y se realizó en dos momentos: el primero, la construcción del marco teórico y el segundo, la identificación de la población.

En el primero, se rescataron conceptos y generalidades que envuelven al AT, para contextualizarlas en el país, descrito a continuación (ver Tabla 1).

Tabla 1: Ruta metodológica

Aspecto	Forma abordada
Método de investigación utilizado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cualitativo
Tipo de estudio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Exploratorio
Enfoque	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Descriptivo
Temas principales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Afroturismo ▪ Regiones Afroveracruzanas
Fuentes de información gubernamental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Datos extraídos de los censos poblacionales. Última actualización 2020, de México y Veracruz.
Fuentes de información privada	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Repositorios y bases de datos: ▪ SCOPUS, Web of Science, Dialnet y Google académico
Palabras clave en motores de búsqueda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En español: <ul style="list-style-type: none"> - Afroturismo - Turismo afrodescendiente - Turismo afromexicano - Actividades turísticas en las regiones afrodescendientes ▪ En Inglés: <ul style="list-style-type: none"> - Afro tourism - Tourism in afro descendant places, afro Mexican tourism.
Período de los documentos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajos menores a 15 años de antigüedad, justificado por la novedad del tema de investigación.
Criterios de inclusión	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Artículos, capítulos de libro con indexación.

Aspecto	Forma abordada
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No rebasar los años del período considerado en la metodología ▪ Uso de las palabras claves ▪ La fuente de información aborda de manera sustancial, textual o interpretativa la relación: turismo-Afrodescendientes- desarrollo local
Criterios de exclusión	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turismo en diásporas. ▪ Blogs que no pertenecen a instituciones serias. ▪ Información que tenga un enfoque político o sesgado.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se presentaron dificultades con información estadística. ▪ El censo poblacional en México se hace cada 10 años, por lo cual se tomaron datos referentes al realizado en 2020 (último censo disponible). ▪ Por la naturaleza de la investigación, no se aplicaron instrumentos de recolección de datos sobre la población. Esto se espera en una siguiente etapa de la investigación.

Fuente: Elaboración propia.

A partir de lo anterior, se analizó e interpretó la información para poder contextualizarla y contribuir al reconocimiento del concepto. Los autores analizados fueron los siguientes (ver Tabla 2):

Tabla 2: Conceptualización del Afro turismo

Tema	Buscador académico	Revista o fuente	Autor y año	Título de la publicación	Resumen
Afroturismo	Google	Banco Interamericano de Desarrollo ("BID")	Bettini, Aquino y Acosta (2022)	Afro turismo: lecciones e innovaciones de un proyecto de turismo en Salvador De Bahía	El afro turismo es el turismo que se desarrolla con el objetivo de destacar la cultura afrodescendiente en un determinado lugar
Afroturismo	Scopus	Afro-Hispanic Review	Camargo y Lawo-	San Basilio de Palenque (re) visited: African heritage, tourism,	El turismo en las regiones afrodescendientes

Tema	Buscador académico	Revista o fuente	Autor y año	Título de la publicación	Resumen
			Sukam (2015)	and development in Colombia.	permite visibilizarlas
Afroturismo	Routledge	Justice and Ethics in Tourism	Camargo (2019).	Palenqueras in Colombia: A case of cultural injustice in tourism.	El turismo, en un medio para abatir la injusticia cultural, promueve una concientización hacia las poblaciones invisibilizadas.
Afroturismo	Google search	WTM Global hub	Barbosa (2021)	'Afro turismo', una tendencia mundial	Comercialización de "itinerarios afro céntricos", significando la oferta de itinerarios, en los cuales las experiencias turísticas giraban en torno a la cultura afro.
Afroturismo		SIT Graduate Institute/SIT Study Abroad SIT Digital Collections	Austin-Depay (2013)	Cultural Exchange: Afro Ethnic Tourism in Bahia	Afro ethnic tourism, which is the interaction with these faucets and most importantly with the Afro Brazilian people. It is a grand cultural experience, ethnic tourism, is meant to romanticize the host country, people, and culture.

Tema	Buscador académico	Revista o fuente	Autor y año	Título de la publicación	Resumen
Afroturismo		Revista Turydes: Turismo y Desarrollo	Benítez, Albuja y Tapia (2014)	Retrospectiva, visibilización y revalorización de la herencia cultural del pueblo afro y afroecuatoriano, a través del turismo comunitario, para el buen vivir	La herencia cultural del pueblo Afroecuatoriano ha generado un rol protagónico respecto a la lucha por sus ideales. Ha sido un camino matizado por fracasos, retos y desafíos; no obstante, también de logros y glorias en los ámbitos: político, cultural, educativo-científico y deportivo; contribuyendo así, a la construcción de la historia del Ecuador

Fuente: Elaboración propia con base a los autores mencionados.

Como el tema es bastante actual, la información fue limitada. Existen análisis más sociológicos respecto a la temática, por lo que, en esta investigación, se busca realizar algunos alcances teóricos y conceptuales que vinculen el turismo, con lo afro y el desarrollo local.

Área de estudio

Se analizará el Estado de Veracruz. Este se encuentra dividido en 212 municipios, de los cuales se toman los 3 con mayor identidad Afroveracruzana (Yanga, Tamiahua y Benito Juárez) y 1 localidad: Coyolillo (cerca de la capital del estado) para realizar la discusión sobre la importancia del Afroturismo (ver Tabla 3).

Tabla 3: Población con identidad afrodescendiente en Veracruz

Municipio	Población Afro	Población total	Porcentaje
Tamiahua	7.462	14.433	51,70 %
Yanga	5.845	17.902	32,65 %
Benito Juárez	3.146	16.120	19,52 %
Coyolillo (Localidad)	2.394	2.394	100 %

Fuente: Elaboración propia.

La construcción del Afroturismo: un turismo que buscó la incorporación de las regiones

Antes de comenzar con la definición concreta del AT, es importante identificar su origen.

Para la identificación del AT en México es importante entender antes un concepto conocido como el Afromexicano. Según Rodríguez del Carmen, Montero Mora, Vega Zárate y Ricárdez Jiménez (2024), los afromexicanos “poseen una cultura particular, con usos y costumbres que se mezclaron con la cotidianidad de las regiones y que enriquecieron el acervo cultural de este país, y ahora conforman la tercera raíz de México” (p. 99).

Además, los afromexicanos se caracterizan por tener descendencia de culturas negras, nacidas de la esclavitud que resistieron a la invisibilidad y que han formado su propia cultura dentro de las identidades regionales. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2022; Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación [CONAPRED], 2023; Naciones Unidas, 2012). Bajo la opinión de los organismos mencionados anteriormente, los afromexicanos han presentado problemas discriminación, falta de oportunidades y rezago social.

Cabe resaltar que han existido investigaciones de carácter social que ponen en centro a las poblaciones afromexicanas, pero desde enfoques sociales,

jurídicos y demográficos. Sin embargo, este sector relacionado con el turismo ha sido poco investigado.

El origen de esta relación se ha visto impulsado por acciones que se centran en países con alta identidad afrodescendiente como Brasil, Colombia, Panamá. Debido a su población, el turismo ha involucrado a la cultura afro y de ahí se ha podido reconocer que esta población, muchas veces invisibilizada, es detonante de la identidad.

Si bien el término AT es actual, la relación turismo-regiones afro no lo es. Barbosa (2021) menciona, por ejemplo, que en el año 2006 fue lanzado en la ciudad de Sorocaba, Brasil, el Programa Cultural y Turístico Rota da Liberdade, que consistió en 8 itinerarios en 18 ciudades de la Región Metropolitana de Vale do Paraíba para visibilizar a las comunidades afrobrasileñas. Gracias a ello, se logró un acercamiento de estas poblaciones a un turismo que se enfocó en sus necesidades y particularidades.

Austin-Depay (2013) relacionó lo étnico con el turismo en la cultura afrobrasileña, donde se destacaba que la cultura afro estaba llena de historias, danzas y tradiciones que eran atractivos para los turistas y que además romantizaba la cultura.

En palabras de Benítez, Albuja y Tapia (2014), hubo una oportunidad en el turismo, a través del cual también se debió respetar la herencia cultural del pueblo afro y resaltarlo como generador de un rol protagónico, en armonía con indígenas y mestizos, respetando la lucha por sus ideales y mejorando sus días para la comunidad.

Siguiendo a Camargo y Lawo-Sukam (2015), través de su investigación, realizada en San Basilio de palenque, Colombia, se concluyó que el turismo en las regiones afro es un potenciador que permitió otorgar justicia y equidad cultural y, que el turismo en el futuro es un elemento importante para el desarrollo de las comunidades.

De manera formal, fue en el año 2018, cuando por primera vez se habló sobre Afroturismo en Brasil (país con mayor afrodescendencia), e identificaba itinerarios en los cuales las experiencias turísticas giraban en torno a la cultura afrobrasileña (Barbosa, 2021). Posteriormente, en el año 2020, el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe realizó proyectos turísticos con el fin de incluir a las regiones afrobrasileñas en Salvador de la Bahía, Brasil, logrando el fortalecimiento de las comunidades.

Por tanto, el AT puede ser definido como un turismo interseccional, realizable en cualquier ámbito urbano o rural, con enfoques sobre la historia afro, con carácter pedagógico, artístico, cultural, científico, rural, en comunidades y gastronómico (Barbosa, 2021), que se puede desarrollar con el objetivo de destacar la cultura afrodescendiente en un determinado lugar (Bettini, Aquino y Acosta, 2022)

“El concepto de Afroturismo valora el protagonismo del emprendedor afrobrasileño y se refiere a la incorporación de experiencias turísticas que involucran la celebración de la cultura, la historia y las vivencias de la población afrodescendiente” (CAF-Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe, 2024, párr. 1). Por ello, el AT puede ser un medio para la atracción en las regiones marginadas, que de manera estratégica pueden incorporar y diversificar las opciones económicas de las comunidades.

Bajo nuestra percepción, el AT ha ido conceptualizándose en países, sobre todo sudamericanos, justificado por el alto nivel de identidad afro. El vínculo que existe entre el turismo y las regiones afrodescendientes destaca tres aspectos principales:

- La búsqueda de la incorporación de emprendimientos afro,
- la contribución al reconocimiento de la historia invisibilizada y
- el empoderamiento a través de actividades turísticas que permitan el reconocimiento y la visibilización.

En otras palabras, el AT puede ser un factor de desarrollo desde lo económico, social y cultural, ya que identifica los escenarios históricos, culturales y gastronómicos para poder aprovecharlos y contribuir en el acercamiento de la actividad turística, beneficiando y empoderando a los emprendimientos y a la misma comunidad, valorizando la forma de hacer turismo.

Es importante vislumbrar que este concepto sigue en construcción y es importante trabajarla y contribuir a su desarrollo, con la finalidad de ubicar las oportunidades que ofrece al turismo nacional y regional dentro de las acciones y planes de la sociedad y gobierno.

¿Afroturismo en México, un concepto familiarizado?

En México, este término no ha sido utilizado en publicaciones formales. Si bien, hay una infinidad de proyectos, publicaciones y escenarios de turismo indígena, rural, cultura, entre otros, estos no se enfocan en la relación turismo-sector afro. Las publicaciones como tal no manejan el término afroturismo, si no que ponen de antelación otro tipo de turismo, y el sector afro, solo es la población de estudio (ver Tabla 4).

Tabla 4: Antecedentes de investigaciones sobre Afroturismo en América Latina

Autor	País	Año	Investigación	Resumen
Cortés y Hruby	Argentina	2024	Narrativas turísticas: en torno al legado colonial afrodescendiente en la ciudad de Buenos Aires.	Analizaron algunas de las narrativas turísticas vigente para la inclusión de los afro-argentinos.
Martínez García, Ávalos de la Cruz, García García, Hidalgo Contreras y López Guevara	México	2022	El capital social para el turismo rural en Mata Clara y El Mirador, comunidades afrodescendientes de Veracruz.	Se analizó el capital social orientado al turismo rural en dos comunidades afromexicanas de la región de las Grandes Montañas de Veracruz, para conocer sus fortalezas y oportunidades.
Calle Ruiz	Perú	2019	Turismo y cultura: reflexión de su práctica	Apunte significativo y/o beneficio de la actividad

Autor	País	Año	Investigación	Resumen
			en afro comunidades de Latinoamérica y el Caribe.	turística a los propósitos socioculturales de los afrodescendientes.
Colina Trujillo	México	2018	La historia de la negritud como recurso turístico en el municipio de Yanga	Los afrodescendientes pueden potenciar su historia como forma de atracción turística.
Benítez, Albuja y Tapia	Ecuador	2014	Retrospectiva, visibilización y revalorización de la herencia cultural del pueblo afro y afroecuatoriano, a través del turismo comunitario, para el buen vivir.	Contribuir de forma más visible a la construcción de la historia del Ecuador negro.

Fuente: Elaboración propia.

Este bosquejo conceptual permite reconocer la oportunidad de contribuir a la discusión del Afroturismo y su implementación. Estas investigaciones dejan entrever que la relación turismo-regiones afro existe, e incluso se puede sugerir que el turismo es un detonador para visibilizar de manera significativa una historia invisibilizada, reconocerla permite concientizar y formar espacios de reflexión para la incorporación de agendas públicas al sector afrodescendiente.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El turismo en Veracruz, México

El turismo ha experimentado un gran crecimiento en las últimas décadas y, en México, ha sido uno de los sectores más importantes de la economía. Según datos del INEGI en los últimos tres años, el PIB turístico ha oscilado entre el 7 % y 8.5 % y ha presentado escenarios positivos luego de la pandemia mundial que azotó gravemente a este sector.

En México, se destaca el turismo de playa, que se desarrolla en varios Centros Integralmente Planeados (CIP's). Sin embargo, también se desarrollan otros tipos de turismo, que enfatizan los escenarios rurales, sociales y culturales. El turismo rural, ecoturismo, turismo solidario e indígena han tenido relevancia en los últimos años, ya que potencian la inclusión social y motivan el desarrollo desde las comunidades. En el sur de México sobre todo se desarrollan estos últimos mencionados.

Varias entidades federativas gozan de la práctica turística, algunas con mayor intensidad que otras. En el caso específico de Veracruz, es una entidad federativa multicultural, en este mismo se desarrollan turismo de playa, indígena, ecoturismo y turismo rural.

Basado en información de la DATATUR, la actividad turística en este estado recibe alrededor de 3 millones de turistas, representando ingresos cercanos a los 26 mil millones de pesos (moneda nacional). Con lo anterior, el estado de Veracruz se coloca en el sexto lugar nacional.

Si bien no hay datos que reflejen de manera cuantitativa el desarrollo del turismo indígena, rural o en su caso el Afroturismo, lo cual limita la resolución de este análisis, evidencia la necesidad de indicadores turísticos enfocados en esta práctica.

El turismo se promociona bajo el programa “Veracruz se antoja” a través de siete regiones turísticas. De acuerdo con la Secretaría de Turismo y Cultura [SECTUR] Veracruz (2018) las regiones son:

1. Región de la Huasteca
2. Región Totonaca
3. Región Cultura y aventura
4. Región Altas montañas
5. Región Primeros pasos de Cortés

6. Región de los Tuxtlas

7. Región Olmeca.

Derivada de cada región turística se desprenden las siguientes atracciones y productos turísticos (ver Tabla 5):

Tabla 5: Atracciones turísticas en Veracruz

Región	Principales atracciones turísticas	Relación con las regiones Afroveracruzanas
Región de la Huasteca	Panuco, Tampico Alto, Tempoal, Tantoyuca, Tamiahua, Tuxpan, Álamo, Castillo de Teayo, Tihuatlán.	Tamiahua.
Región totonaca	Coatzintla, Zozolco, Martínez de la torre, Tlapacoyan, Cazones, Poza Rica, Gutiérrez Zamora, Papantla, Tecolutla, San Rafael, Nautla, Vega de Alatorre, Misantla.	Se difunde la cultura indígena, incluye lo afro.
Región Primeros pasos de cortes	Úrsulo Galván, Puente Nacional, La Antigua, Veracruz, Boca del Río, Jamapa, Alvarado, Tlacotalpan, Otatitlán, Tlacojalpan	Puerto de Veracruz es un lugar con un alto porcentaje de población Afroveracruzana. Existencia de carnavales, ferias patronales, Gastronomía, etc., basadas en lo afro.
Región cultura y aventura	Cocoatzintla, Las vigas, Xalapa, Perote, Coatepec, Xico, Ixhuacán de los Reyes, Teocelo, Alto Lucero, Naolinco, Actopan, Emiliano Zapata, Jalcomulco, Apazapan	En Actopan, se encuentra la localidad de Coyolillo, Veracruz. Localidad con alta identidad Afroveracruzana.
Región altas montañas	Tlatetela, Huatusco, Coscomatepec, Córdoba, Fortín, Nogales, Orizaba, Ixtaczoquitlán, Yanga, Zongolica	Yanga, es un municipio con alta identidad Afroveracruzana.
Región de los Tuxtlas	Ángel R. Cabada, Santiago Tuxtla, San Andrés Tuxtla, Catemaco	Se difunde la cultura indígena, muchas veces mezclada con lo afro.
Región Olmeca	Pajapan, Coatzacoalcos, Agua Dulce, Nanchital, Minatitlán, Texistepec.	Se difunde la cultura indígena, muchas veces mezclada con lo afro.

Fuente: Elaboración propia basado en información de la SECTUR Veracruz (2018).

Por otro lado, en Veracruz existen ocho Pueblos Mágicos (PM). Este programa busca reconocer la cultura de las comunidades como un medio para la identidad nacional y regional de México y además potencia la inversión turística en las comunidades. La Secretaría de turismo dicta que un PM es un sitio con símbolos y leyendas, que muestran la identidad nacional en cada uno de sus rincones y que sirve como referente nacional para atracción de turistas. Basada en el análisis, se logra notar que los PM veracruzanos actuales no contemplan lo Afroveracruzano (ver Tabla 6).

Tabla 6: Pueblos mágicos en Veracruz

Pueblo	Xico
	Coatepec
	Papantla
	Coscomatepec
	Orizaba
	Zozolco de Hidalgo
	Córdoba (Anexado en 2023)
	Naolico de Victoria (Anexado en 2023)

Fuente: Elaboración propia.

Las oportunidades en el Afroturismo con las regiones Afroveracruzanas

A través de los apartados anteriores, se identificó el constructo del Afroturismo: antecedentes, concepto e investigaciones que relacionaban el turismo y el sector afro. Así, la población bajo estudio, Yanga, Tamiahua, Benito Juárez y Coyolillo, son lugares con identidad Afroveracruzana y que a través de sus costumbres y tradiciones se puede fortalecer el quehacer turístico para su beneficio en el desarrollo local.

Con base en este análisis, se logró determinar que, si bien las regiones Afroveracruzanas no están explícitas en la oferta turística estatal de la SECTUR, si existe una difusión de las regiones, pero en otro tipo de turismo.

Por ejemplo, en Tamiahua se realiza turismo de playa, sin embargo, también se identificó que en Tamiahua existe el baile de la “Huehua” (baile típico de carnavales afro) y su gastronomía basada en el mar que forma parte de la identidad culinaria estatal.

En el caso de Yanga, no se encontró difusión, pero en la búsqueda cualitativa se identificó que esta región posee historia que puede ser de interés para los turistas. Por ejemplo; fue el primer municipio libre de América, por tanto, tiene una historia de lucha, que puede ser un potencial de experiencia turística solidaria para los visitantes que buscan revalorizar las sociedades minoritarias. Así mismo existen carnavales que promocionan la historia de la liberación de los negros en esa época.

Ambas regiones pudieran promocionarse por su cultura e historia y fortalecer al AT. Sin embargo, es necesario que el órgano estatal de turismo resalte las bases culturales de lo Afroveracruzano para su integración.

El Afroturismo en Veracruz desde la iniciativa social y privada

A través de esta investigación, se encontró que algunas organizaciones sociales y privadas son promotoras de la cultura afro y que contribuyen a la visibilización y reconocimiento de las regiones.

A continuación, se identifican promotores, experiencias turísticas realizadas y comunidades beneficiadas, con respecto a la difusión de las regiones afro veracruzanas (ver Tabla 7):

Tabla 7: Afroturismo en Veracruz

Promotor	Experiencia turística	Comunidad beneficiada	Descripción
Instituto Veracruzano de la cultura	Turismo afrocaribeño	Comunidades afro del centro del estado	Promoción de la cultura afro y su legado en el estado de Veracruz, carnavales de Coyolillo y Yanga.
Agencia de viajes	“Visita Yanga: Primer municipio libre de América”	Yanga, Veracruz	Celebración del Carnaval de la Negritud y Fiesta patronal de San Lorenzo para conmemorar el nacimiento del primer pueblo libre de América.
Agencia de viajes	“AFROVER; el sabor de nuestras raíces”	Puerto de Veracruz, Yanga y Coyolillo	Experiencias de las expresiones culturales con origen negro; carnavales y expresiones musicales: el son jarocho de Sotavento
Agencia de viajes	Experiencias raíces afro veracruzanas	Barrio de la Huaca, Laguna de Mandinga y el puerto de Alvarado	Difundir la herencia y su contribución, realización de talleres de cocina para conocer la gastronomía afro veracruzana.
Agencia de viajes	Barrios africanos en el corazón del puerto de Veracruz	Puerto de Veracruz	Recorridos de lugares que fueron puntos claves de la experiencia afrodescendientes en Veracruz.

Fuente: Elaboración propia.

Desde las iniciativas privadas y sociales, se encontraron 5 acciones en materia turística que centran la experiencia afro en Veracruz, la mayoría de estas son realizadas por agencias de viajes que promueve los destinos potencialmente turísticos con alta identidad Afroveracruzana. A través de la descripción de cada ruta turística, las acciones que se desarrollan enfatizan la cultura como experiencia y expresiones que se materializan en carnavales, música, concientización de la historia, y conmemoración del sector afro en la construcción de la identidad estatal.

Con respecto a los lugares donde se desarrollan, coinciden con los municipios con alta identidad afro: Yanga y Coyolillo. No se encontraron acciones o experiencias turísticas en Tamiahua y Benito Juárez, que, aunque no se haya encontrado información, no significa que haya potencialidad turística y ello requeriría mayor profundidad de investigación, sobre todo etnográfica y de campo, aunque ambas rebasan el objetivo de esta investigación.

Las reflexiones del Afroturismo ¿hacia dónde hay que ir?

Basado en lo anterior, se destaca que las regiones afroveracruzanas como Coyolillo y Yanga están siendo difundidas por la iniciativa privada y organizaciones que promueven sus expresiones culturales como un aspecto turístico que concientiza sobre la población afro. Esto permite fortalecer la investigación sobre el AT y su potencialidad en el Estado de Veracruz, ya que existen hechos empíricos que vislumbran la iniciativa de la inclusión y difusión turística de las regiones. Ello pudiera fomentar y contribuir a su desarrollo local. Sin embargo, en estos momentos no se puede afirmar, ya que se requeriría una segunda etapa de esta línea de investigación que profundice en ello.

La pregunta de hacia dónde hay que ir, pone en discusión la oportunidad de seguir contribuyendo al desarrollo conceptual, contextual y teórico del AT. En una segunda etapa de la investigación, se requiere hacer una intervención de campo para recabar información etnográfica y desde las voces de los actores para reconocer su opinión con respecto a la práctica turística.

Hasta este momento, de manera conceptual y basada en la opinión de los autores, se relaciona al AT desde lo económico, el cual puede potenciar los emprendimientos para que los sujetos activos se vean beneficiados y sea un factor de mejora en dos aspectos: calidad de vida y ventaja competitiva para enaltecer su acervo cultural.

Basada en el diagnóstico de esta investigación y con la información de la SECTUR Veracruz, en cuanto a lo geográfico, las regiones afro se incorporan

al turismo estatal, de acuerdo con su ubicación, en alguna de las siete clasificaciones que existen, es decir, se pueden incluir en la región altas montañas, región de la huasteca, región primeros pasos de Cortés, etc. Sin embargo, ninguna de estas siete regiones turísticas ya clasificadas dentro de su difusión y promoción presenta información sobre la historia y cultura Afroveracruzana.

Lo anterior visibiliza la potencial ruta a seguir, trabajar en un turismo que realmente enaltezca el acervo afro cultural de Veracruz y en ese sentido, la idea del AT se presenta como una ventana de oportunidades que está potencialmente inclinada a abrirse para dignificar la historia de la tercera raíz en México. El AT, alimentado de la cultura e historia, puede construir una valiosa área de oportunidad para la inserción de estas poblaciones al turismo estatal.

A partir de esta investigación, se sientan algunas bases para seguir desarrollando y estudiando este tema. Lo siguiente podría ser identificar a nivel nacional las acciones que se llevan a cabo para el desarrollo del AT, conocer si existen estrategias, si es que se incorporan a los planes de desarrollo y/o rutas presupuestales del aparato público y además recolectar la opinión de los actores involucrados, para lograr fielmente aportar al bienestar social y además la ventaja competitiva y su responsabilidad con el entorno que los rodea (colectivo social, económico, cultural e histórico).

CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

A través de la presente investigación, se contribuyó a reconocer el concepto de Afroturismo, que, aunque se encuentra en desarrollo, tiene como propósito resaltar la cultura y expresiones afro en la dinámica turística, como así también, sirve como un medio para el reconocimiento y visibilización de las regiones.

En la investigación se pudo evidenciar algunas acciones desde organismos internacionales como el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe, quienes invirtieron en un turismo alineado a este sector (el caso de San Salvador de la Bahía, Brasil), y que permitió el apoyo a las comunidades para insertarlas en las dinámicas turísticas.

Además, la investigación también reconoció que el concepto sigue en construcción, lo cual puede contribuir a visibilizarlo, ya que en el país existen más de dos millones de personas que se auto perciben con esta denominación.

Por otro lado, se determinó que en el país hay estados (entidades federativas) con altos índices de identidad afromexicana, como Veracruz, el cual goza de varias expresiones afroveracruzanas.

Sin embargo, los resultados encontrados sugieren que este turismo emergente no está siendo desarrollado de manera significativa en México ni en Veracruz, a pesar de las oportunidades existentes.

El caso de Veracruz, donde se presenta un enorme y rico potencial cultural sobre la afrodescendencia, cuenta con lugares como Yanga (primer pueblo libre de América) que tienen una fuerte identidad afro y se ve materializado en sus carnavales y su historia. Mismos casos con Coyolillo y Tamiahua, lugares con fuerte identidad afro, con una estructura cultural y social potencialmente turística.

También, se evidenció que el desarrollo incipiente del AT en Veracruz actualmente recae sobre la iniciativa social y privada, en donde se promueve este tipo de turismo, direccionando esfuerzos para incluir a las regiones afro veracruzanas y que permite visualizar el potencial aprovechamiento que se pueda dar en un escenario que ponga al centro las comunidades.

De todo lo anterior, esta investigación ha permitido reflexionar dos situaciones; la primera, la contribución al término afro-turismo, basado en la contextualización de las regiones afroveracruzanas. En donde se destacan

tres aspectos: expresiones culturales, participación comunitaria, inclusión turística. La segunda situación es la poca exploración sobre este término emergente en México, que, a pesar de su identidad afro, considerada como la tercera raíz, aún existen pocas investigaciones que pongan en el centro de la discusión la incorporación de estas regiones en ámbitos del sector turismo. Lo anterior también es una potencial línea de investigación y que, quizás en otro momento, se puedan identificar acciones más concretas, extracción de voces, tejido social e identificación de redes.

A modo de conclusión y con la información familiarizada y contextualizada podemos sugerir que el Afroturismo en Veracruz puede ser un factor de desarrollo local. Por supuesto, la idea de la contribución al desarrollo local es sugestiva y aún no se puede asegurar, ya que se requiere una exploración más profunda y extensa que rebasa la extensión de este documento.

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

Agüera, F. y Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, 31. <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4889>

Austin-Depay, A.O. (2013) Cultural Exchange: Afro Ethnic Tourism in Bahia. Brazil: Social Justice and Sustainable Development. *SIT Graduate Institute - SIT Study Abroad SIT Digital Collections*. https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/1575/

Barbosa, S. C. (19 de noviembre de 2021). 'Afro turismo', una tendencia mundial. WTM Global hub.

<https://hub.wtm.com/es/articulos/afroturismo-una-tendencia-mundial/>

Benítez, N.; Albuja, J. y Tapia, G. (2014). Retrospectiva, Visibilización Y Revalorización De La Herencia Cultural Del Pueblo Afro Y Afroecuatoriano, a través del turismo Comunitario, Para el Buen Vivir. *RIAT: Revista Interamericana de Medioambiente y Turismo*, 10(2), 166-180.

Bettini, J., Aquino, I. y Acosta, S. (6 de octubre de 2022). *Afro turismo: lecciones e innovaciones de un proyecto de turismo en Salvador De Bahía*. Blog del Banco Interamericano de Desarrollo – Mejorando vidas.

<https://blogs.iadb.org/sostenibilidad/es/afroturismo-lecciones-e-innovaciones-de-un-proyecto-de-turismo-en-salvador-de-bahia/>

CAF-Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (25 de enero de 2024). *CAF y EMBRATUR sellan alianza para incrementar el afro turismo*.

<https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2024/01/caf-y-embratur-sellan-alianza-para-incrementar-el->

[afroturismo/#:~:text=El%20concepto%20de%20Afroturismo%20valora,vivencias%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20afrodescendiente](#)

Calle Ruiz, S. (2019). Turismo y Cultura: Reflexión de su Práctica en Afro Comunidades de Latinoamérica y el Caribe. *Gestión en el Tercer Milenio*, 22(44), 67-74.

<http://dx.doi.org/10.15381/gtm.v22i44.17311>

Camargo, B., y Lawo-Sukam, A. (2015). San Basilio de Palenque (re) visited: African heritage, tourism, and development in Colombia. *Afro-Hispanic Review*, 34(1), 25-45.

Camargo, B. A. (2019). Palenqueras in Colombia: A case of cultural injustice in tourism. En T. Jamal, *Justice and Ethics in Tourism* (pp. 72-77). Routledge - Taylor & Francis Group.

<https://doi.org/10.4324/9781315162942-6>

Colina Trujillo, C. (2018). LA HISTORIA DE LA NEGRITUD COMO RECURSO TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE YANGA, VERACRUZ [Tesis de Maestría]. Colegio de Postgraduados, institución de Enseñanza e investigación en Ciencias Agrícolas, Veracruz, México.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2022). Conceptos clave de la desigualdad de las personas afrodescendientes. Caja de herramientas. Políticas sociales e institucionalidad para la igualdad.

<https://igualdad.cepal.org/es/eje-de-desigualdad/personas-afrodescendientes>

Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación [CONAPRED]. (2023). *Discriminación de los pueblos y comunidades afrodescendientes*. CONAPRED.

https://www.conapred.org.mx/wp-content/uploads/2023/11/FT_Afrodescendientes_Noviembre2023.pdf

Cortés, R. y Hruby, R. (2024). Narrativas turísticas: en torno al legado colonial afrodescendiente en la ciudad de Buenos Aires. *Investigaciones Turísticas*, (27), 181-202.

<https://doi.org/10.14198/INTURI.24919>

DATATUR. (2024). Resultados de la Actividad Turística diciembre 2024. DATATUR.

<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>

INEGI (2022). Indicadores de la Actividad Turística. INEGI.

<https://www.inegi.org.mx/temas/itat/>

Instituto Nacional Electoral (s. f.). Personas Afrodescendientes. INE.

<https://igualdad.ine.mx/igualdad/personas-afrodescendientes/>

Gambarota, D. M. y Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359.

Google. (s. f.). [Mapa de Google Maps de la ubicación del Estado de Veracruz]. <https://www.google.com/maps>

Guerrero Rodríguez, R. (2018). Estudiando la relación del turismo con el desarrollo humano en destinos turísticos mexicanos. *Acta Universitaria*, 28(NE-1), 1-6.

<https://doi.org/10.15174/au.2018.1886>

Martínez García, P., Ávalos de la Cruz, D., García García, C., Hidalgo Contreras, J. y López Guevara, V. (2022). El capital social para el turismo rural en Mata Clara y El Mirador, comunidades afrodescendientes de Veracruz. *El Periplo Sustentable*, (42), 279-310.

<https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/14162>

Naciones Unidas. (2012). Las apariencias engañan. ¡Luchemos contra el racismo! Poblaciones vulnerables. El racismo y los afrodescendientes.

<https://www.un.org/es/letsfightracism/afrodesc.shtml>

Rodríguez del Carmen, J. M.; Montero Mora, J. E.; Vega Zárate, C., y Ricárdez Jiménez, J. D. (2024). Normativa legal de las personas afromexicanas en el estado de Veracruz. En Cuellar Gutierrez y

Vega Zárate [Coords.] *Derechos Económicos, Sociales, Culturales y Ambientales (DESCA)*. Astra Editorial. <https://doi.org/10.61728/AE20240955>

Saucedo-Arteaga, G. J., Ruiz-Ríos, E. P., Ortiz-Gutiérrez, S., Flores-Macías, A. y Aguilar-Salinas, C. A. (2023). Alimentación y poder estructural en afromexicanos de la Costa Chica y Veracruz. Hacienda, ranchos, ejido, pueblos. Estudios sociales. *Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 33(61). <https://doi.org/10.24836/es.v33i61.1286>

Secretaría de Turismo y Cultura [SECTUR]. (2018). Regiones turísticas. Gobierno del Estado de Veracruz. <https://www.veracruz.gob.mx/turismo/regiones-turisticas/>

Turismo creativo como estrategia de desarrollo en localidades rurales

Creative tourism as a development strategy for rural towns



Karen Lisbeth Betancourt Ludeña

Investigadora independiente
Loja, Ecuador
karenlissb@gmail.com



Arturo José Bravo Jiménez

Universidad Nacional de Loja
Loja, Ecuador
artubravojime@gmail.com

RESUMEN

El turismo creativo se posiciona como una estrategia emergente dentro de la economía naranja, capaz de promover la sostenibilidad y convertir la riqueza cultural local en oportunidades concretas de desarrollo para las comunidades, especialmente en contextos rurales. En ese sentido, el objetivo de este trabajo es analizar críticamente el potencial del turismo creativo para dinamizar el crecimiento socioeconómico de estas localidades, aprovechando sus particularidades territoriales e identidad cultural. Mediante una investigación bibliográfica con enfoque teórico, se explora la dinámica de este modelo turístico y se reflexiona sobre las estrategias clave para su gestión integral. Los hallazgos destacan la importancia de una visión comunitaria y colaborativa, donde los actores locales asuman un rol activo en el diseño y ejecución de experiencias auténticas. Se concluye que el turismo creativo debe ser planificado desde el

potencial endógeno del territorio como vía para redescubrir alternativas sostenibles de progreso y responder a la creciente demanda de turistas que buscan una inmersión cultural significativa.

PALABRAS CLAVE: turismo creativo, ruralidad, planificación, experiencias, recursos culturales

ABSTRACT

Creative tourism is positioned as an emerging strategy within the orange economy, capable of promoting sustainability and converting local cultural wealth into concrete development opportunities for communities, especially in rural contexts. In this sense, the objective of this paper is to critically analyze the potential of creative tourism to dynamize the socioeconomic growth of these localities, taking advantage of their territorial particularities and cultural identity. Through bibliographic research with a theoretical approach, we explore the dynamics of this tourism model and reflect on the key strategies for its integrated management. The findings highlight the importance of a community and collaborative vision, where local actors assume an active role in the design and execution of authentic experiences. It is concluded that creative tourism should be planned from the endogenous potential of territory as a way to rediscover sustainable alternatives for progress and respond to the growing demand of tourists seeking a meaningful cultural immersion.

KEY WORDS: creative tourism, rurality, planning, experiences, cultural resources

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el turismo ha evolucionado significativamente, adaptándose a las demandas cambiantes de los viajeros y a las realidades socioeconómicas de los destinos. La cultura se ha convertido en uno de los principales atractivos de los visitantes, quienes están en la búsqueda constante de experiencias novedosas que les permita explorar más el destino visitado (Du Cros y McKercher, 2020; Marlina, Wirasmoyo y Raissakirana, 2020). Así, el "nuevo turista cultural" está interesado en sumergirse en las culturas de manera "vivencial", participando de diversas actividades junto con la gente de la localidad (Salazar, González y Macias Ramírez, 2020). Estas actividades no solo le permiten familiarizarse con la historia y tradiciones del

lugar, sino que dicho conocimiento es usado por los turistas como medio para la “autoexpresión creativa” (Vinagre de Castro *et al.*, 2020).

De esta manera, surge el turismo creativo como una nueva modalidad de turismo, que evoluciona del turismo cultural. Sus inicios se remontan en la década de los 90 con el proyecto EUROTEX cuyo objetivo era proteger la producción artesanal a través de la venta de productos locales a los visitantes, destacando el “valor del producto” y su distinción frente a otros artículos fabricados en serie (Sano, 2016). Por tanto, el concepto fue planteado en el año 2000 por Greg Richards y Crispin Raymond quienes lo definieron al turismo creativo como aquel que “ofrece a los viajeros la posibilidad de desarrollar su potencial creativo participando activamente de cursos o experiencias características del lugar de su estancia” (Richards y Raymond, 2000). Fue así como los visitantes empezaron a interesarse por vivir la cultura local, creando para ellos una experiencia tanto enriquecedora como creativa. Esta tendencia, se ha convertido en una motivación esencial del turismo contemporáneo que debe ser comprendida y considerada en la planificación de los destinos.

El turismo creativo es un ámbito de estudio relativamente joven que aún presenta ciertas brechas, con alrededor de 25 años de trayectoria desde la primera conceptualización del término. Por ello, este tema representa una línea de investigación emergente, dado su limitado avance hasta el momento especialmente en áreas no urbanas (Álvarez-García, Maldonado-Erazo, Del Río y Sánchez-Fernández, 2019; Duxbury, Bakas, Vinagre de Castro y Silva, 2020). Además, su estudio resulta relevante ya que representa un sector clave para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible [ODS], mediante la promoción de la cultura y productos locales, fomentando la creación de empleos, y, por ende, impulsando el progreso económico de las comunidades (Tresserras, 2023).

El turismo creativo es clave no solo por la creciente preferencia de los turistas por obtener “experiencias auténticas”, sino también por la competitividad

que existe entre los destinos, lo que impulsa la “diversificación de productos y una segmentación de la oferta” adaptada a estas nuevas necesidades (Jiménez y Seño, 2018). Estas dinámicas presentan oportunidades significativas especialmente para espacios rurales y pequeñas localidades donde los visitantes jóvenes muestran interés en explorar sus capacidades creativas mediante actividades que generen bienestar (Vinagre de Castro *et al.*, 2020).

En este contexto, resulta esencial investigar y analizar más sobre el turismo y la creatividad, especialmente en poblaciones pequeñas, con el propósito de aportar con el conocimiento requerido para que los actores locales, tanto públicos como privados, mejoren la gestión turística de los destinos y promuevan su desarrollo de manera adecuada (Duxbury *et al.*, 2020; Álvarez-García *et al.*, 2019; García, 2018).

No obstante, el turismo creativo en localidades rurales enfrenta ciertos desafíos. En este tipo de espacios, la dificultad para atraer turistas limita la generación de alternativas económicas y sociales para la localidad (Richards, 2019). En el ámbito público persiste una marcada “falta de planificación” para potenciar el patrimonio orientándolo hacia su aprovechamiento turístico (Jiménez y Seño, 2018). A esto se suma no solo la necesidad de fortalecer las competencias en la gestión de esta nueva modalidad de turismo, sino también de diseñar estrategias distintivas respaldadas por una mejor formación en este campo de estudio (Mansilla, 2021).

El concepto del turismo creativo ha surgido como una extensión del turismo cultural, enfocado en la cocreación de experiencias personalizadas entre el turista y comunidad local con base en su cultura e identidad, especialmente de manifestaciones intangibles, lo que permite conectar de forma emocional con lo propio, lo genuino y lo tradicional (Mansilla, 2021; Vinagre de Castro *et al.*, 2020). El turismo creativo se presenta como una alternativa diferenciada que va más allá del simple consumo turístico para convertirse en una vivencia compartida y transformadora de los entornos naturales,

culturales y sociales (Betancur, Betancur-Rodríguez, Mejía-Córdoba, Acevedo-Ortiz, Velásquez-Vélez y Cartagena- Benítez, 2022).

Esto no solo aporta beneficios a los turistas, sino que también favorece la conservación cultural y bienestar de las poblaciones locales (Vinagre de Castro *et al.*, 2020). Por lo tanto, el turismo creativo no solo busca la satisfacción del visitante, sino que también apoya el crecimiento sostenible de las comunidades rurales anfitrionas, convirtiéndose en una estrategia valiosa para su desarrollo local.

METODOLOGÍA

Este artículo se sustenta en una metodología de investigación bibliográfica orientada a discutir nociones teóricas del turismo creativo, destacando además las estrategias de gestión para este modelo de turismo en localidades rurales (Arias, 2016). El objetivo es analizar de forma crítica el potencial del turismo creativo como motor de desarrollo de las comunidades rurales, tomando como base su riqueza cultural. Para ello, se plantearon las siguientes preguntas de investigación: 1) ¿Cómo pueden aprovecharse los recursos locales para el desarrollo del turismo creativo en las poblaciones rurales? y 2) ¿Cuáles son las estrategias más efectivas para gestionar el turismo creativo y potenciar su impacto positivo en las comunidades locales? Esto permitió ofrecer un marco práctico para su implementación en contextos rurales y discutir acciones específicas para promover esta modalidad de turismo.

El turismo creativo en el contexto actual

En el turismo creativo, la cultura se convierte en una “fuente de inspiración, autenticidad y pertenencia” (Mansilla, 2021), siendo un motor clave de atracción para los visitantes. En particular, en este tipo de turismo se hace énfasis en la cultura viva que se plasma en los recursos intangibles como las habilidades y el conocimiento, más no en el patrimonio cultural estático

(Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OECD], 2014; Jarábková y Hamada, 2012). De esta manera, el turismo creativo promueve la “vitalidad cultural” mediante el realce de aspectos únicos de la identidad local (Duxbury *et al.*, 2020). El turista explora y se adentra en la historia, tradiciones, artes, personas del destino para usar este conocimiento como “materia prima” que le permita expresar y compartir su creatividad (Vinagre de Castro *et al.*, 2020). Así, el turismo creativo tiene una relación estrecha con las expresiones culturales, artísticas e históricas de los habitantes, arraigadas en su propio territorio.

Por tanto, el turismo creativo se fundamenta en el diseño de experiencias que permiten una mayor conexión emocional entre los visitantes, habitantes y el destino, ofreciendo valiosas oportunidades para el aprendizaje y desarrollo personal (Mansilla, 2021). Se trata de una forma de turismo que prioriza un consumo activo sobre uno pasivo, permitiendo que los turistas se conviertan en “cocreadores”, estimulando su potencial creativo y habilidades prácticas (Salvado, Ferreira, Serra y Marujo, 2020; Jarábková y Hamada, 2012). Este proceso ayuda a la generación de ideas innovadoras mediante actividades que generen un mayor intercambio cultural (Duxbury *et al.*, 2020). Para ello, los destinos deben ofrecer actividades, experiencias y espacios creativos y culturales para los viajeros (Du Cros y McKercher, 2020), quienes desean participar activamente en la vida local, más allá de la simple observación.

Actualmente, las tendencias turísticas se inclinan hacia la interacción, transformación personal, viajes emotivos, inmersión, proximidad y contemplación, además de escapar del trajín urbano y laboral (Vinagre de Castro *et al.*, 2020). Los turistas ya no se conforman con realizar actividades tradicionales durante su visita, ya que buscan un mayor nivel de “protagonismo y experiencia” (Al-Ababneh, 2020; Alberca, 2019), así como la “autorrealización y autoexpresión” (Jarábková y Hamada, 2012).

Estas nuevas preferencias reflejan un cambio significativo en las expectativas de los turistas, quienes buscan experiencias diferenciadas que le permitan conectar de manera profunda con los destinos visitados. Esto no solo transforma la manera en que se diseñan las ofertas turísticas, sino que también impulsa el planteamiento de estrategias que combinen la autenticidad local, la creatividad y la participación del visitante para el crecimiento personal y el vínculo cultural.

Por este motivo, la actividad turística por sí sola no basta para convertir los espacios en destinos competitivos, por lo que se opta por incorporar nuevas formas de realizar turismo a través de la creatividad (Álvarez-García *et al.*, 2019). La creatividad es parte de las “industrias creativas” que actualmente incluye campos como el patrimonio cultural intangible e intangible (Salvado *et al.*, 2020). Este tipo de industrias promueven la economía naranja, entendiéndose como aquella donde las ideas de las personas se transforman en productos y servicios culturales, por lo que se caracteriza por su relación estrecha entre economía, creatividad y cultura (González, 2020; Rangel, 2023).

A nivel global, las industrias culturales y creativas como parte de la economía naranja aportan el 3 % del PIB, lo que significa el 6,2 % del empleo total mundial (Luzardo, 2021; Naciones Unidas, 2022). El turismo creativo facilita la creación de otras alternativas enfocadas en la creatividad, integrando la propiedad intelectual, estableciendo una combinación entre innovación y tradición, para impulsar el desarrollo de las comunidades (Tresserras, 2023). Por ende, el turismo creativo impulsa este tipo de economía fortaleciendo la sostenibilidad y generando nuevas oportunidades laborales en las localidades.

En la Tabla 1 se muestra las subáreas que son parte del sector de las artes y patrimonio de las industrias culturales y creativas:

Tabla 1: Subáreas del sector de las artes y patrimonio de las industrias culturales y creativas

Sector	Subárea
Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial	Museos, sitios históricos, monumentos
	Artesanías y productos tradicionales
	Gastronomía, ecoturismo
	Festivales, conocimientos tradicionales
Educación artística y cultural	Programas educativos que impulsen la creatividad
	Valoración del arte y cultura en todas sus expresiones
Artes visuales	Pintura, fotografía, escultura, cine
	Arte dinámico y video creación
Artes escénicas	Danza, teatro, circos
	Música, conciertos, orquestas
Otros	Literatura, diseño, idiomas

Fuente: elaboración propia con base en Buitrago y Duque (2013); Tresserras (2023).

El desarrollo creativo surge como una herramienta para revitalizar y dar un valor agregado al patrimonio cultural y una estrategia de diversificación (Richards, 2020). Por tanto, incorporar la creatividad en la actividad turística puede ofrecer beneficios para las localidades y comunidades pequeñas, tanto a nivel económico, como sociocultural y ambiental. Al basarse en capacidades y recursos renovables, esta práctica contribuye a mejorar la vida de los habitantes (Ali El-Sayed, 2023). Asimismo, esta interrelación entre turismo e industrias creativas puede ayudar a la construcción de imagen y fortalecimiento del entorno del destino (OECD, 2014).

Por ejemplo, Betancur *et al.* (2022) en su estudio sobre el turismo creativo como instrumento de desarrollo en una comunidad afrodescendiente de Antioquia, Colombia, concluyó que la utilización del territorio con base en los principios de la economía naranja representa una estrategia efectiva para

impulsar la revalorización del patrimonio cultural y fortalecer su conexión con los habitantes y su entorno.

Sin embargo, para que se obtengan estos beneficios, Du Cros y McKercher (2020) sostienen que es necesario fomentar un mayor entendimiento entre el sector cultural y sector turístico, especialmente en cuanto a cómo cada uno percibe, valora y busca aprovechar la cultura. En este punto, Jiménez y Seño (2018) señalan que el problema gira en torno a que hay una falta habitual de planificación en la conservación y promoción del patrimonio para su uso turístico. Además, la carencia de habilidades creativas, la poca inversión en creatividad, la falta de información, la inexistencia de audiencias y datos estadísticos sobre estos temas, pueden constituir barreras significativas para el turismo creativo (García Suárez y Pulido Fernández, 2015).

Al respecto, Padilla (2023) identificó en su estudio que el acceso limitado a financiamiento además de la falta de apoyo del sector público y privado y carencia de estrategias efectivas para promover el progreso en este campo son desafíos importantes. Además, Jarábková y Hamada (2012) han analizado que las estrategias de desarrollo suelen ser muy específicas, por ejemplo, centradas exclusivamente en el turismo, que pueden generar ingresos rápidos a corto plazo, pero ignoran los efectos negativos a largo plazo, como la sobreexplotación de los recursos o pérdida de identidad.

Ante estos retos, Castanho, Couto y Santos (2023) plantean que se debe llevar a cabo una planificación apropiada del turismo creativo como una solución clave para generar nuevas oportunidades, creando empleos y, en consecuencia, ingresos extras para los habitantes locales, especialmente para aquellos que preservan y transmiten el arte y la cultura. En ese sentido, el turismo creativo debe fomentar un entorno que integre a personas creativas para desarrollar actividades turísticas, incorpore productos creativos en los atractivos, implemente procesos creativos en las actividades

turísticas y genere un ambiente creativo en los sitios visitados (Al-Ababneh, 2020; Salvado *et al.*, 2020).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Aprovechando los recursos de las localidades rurales para el turismo creativo

El turismo que se desarrolla en el sector rural conocido como “turismo rural” es una forma de turismo que se lleva a cabo en áreas rurales o no urbanas que se caracterizan por tener baja densidad de población, en la que los visitantes viven experiencias relacionadas con productos asociados, en su mayoría a actividades económicas primarias vinculadas a la naturaleza, la agricultura, la ganadería, la vida y las culturas rurales, visitas a sitios de interés local (Organización Mundial del Turismo, s. f.; Álvarez-García *et al.*, 2019). Si al turismo rural, se añade la creatividad, se tendría un turismo rural creativo, como un catalizador de crecimiento diferente basado en los recursos locales de la propia comunidad donde prevalece su creatividad. De esta forma, la creatividad en el turismo puede vincularse estrechamente con las áreas rurales, con el fomento de actividades creativas en estos espacios (Jarábková y Hamada, 2012).

No obstante, en los últimos años, las zonas rurales y pequeñas se han acostumbrado a un estado de estancamiento y olvido, resultado de la limitada disponibilidad de recursos por parte de los gobiernos, lo que ha generado una actitud de “conformidad” frente a esta realidad (Álvarez-García *et al.*, 2019). Sumado a esto, la pérdida de capital humano ha sido un desafío, considerando que muchos jóvenes migran al sector urbano por estudios o trabajo (Jarábková y Hamada, 2012). Por ello, es necesario considerar los “recursos y competencias” disponibles, ya que este tipo de localidades no suelen tener la competencia suficiente para implementar de manera efectiva proyectos creativos (Richards, 2019).

Al respecto, Castanho *et al.*, (2023) consideran que el turismo y sus diferentes actividades tienen el potencial de impulsar significativamente el progreso de las áreas rurales, localidades remotas o de baja densidad. Acorde a su estudio sobre proyectos piloto de turismo creativo en la región insular de Azores, Portugal, para que esto sea posible, es fundamental contar con ciertas condiciones como el conocimiento local y la calidad de los recursos, que faciliten los procesos de desarrollo armónico vinculados al turismo.

Bajo estas consideraciones, el turismo creativo, es una forma de turismo “sostenible y a pequeña escala” cuyas localidades no deberían imitar los modelos de desarrollo de ciudades grandes, sino descubrir y aprovechar su propia creatividad, considerando sus recursos endógenos y legado cultural local (Richards, 2019, Vinagre de Castro *et al.*, 2020). Por ello, este tipo de turismo está dirigido esencialmente a lugares con pocos recursos culturales o emblemáticos, que pueden centrarse en las principales expresiones culturales intangibles (Al-Ababneh, 2020). Esto debe generar valor, atrayendo a visitantes interesados en interactuar de forma creativa con el entorno y sus habitantes, apoyada de una visión basada en la comunidad (Scherf, 2021).

Los sectores rurales son justamente los que aprovechan su riqueza cultural, además de su esencia histórica y encanto natural para atraer a visitantes en busca de experiencias relevantes (Jarábková y Hamada, 2012). Por este motivo, el turismo creativo impulsa el crecimiento de la comunidad creativa, respalda las industrias culturales y contribuye al fortalecimiento de la economía local (Salvado *et al.*, 2020).

Duxvury *et al.* (2020) y Vinagre de Castro *et al.* (2020) reconocen que no solo se aprovechan los recursos culturales o naturales, sino también humanos, porque el turismo creativo promueve la “autoexpresión personal” así como el contacto del lugar y la gente, incluyendo tanto a habitantes locales como visitantes, por cuanto las actividades creativas se fundamentan en los

talentos y tradiciones de los propios habitantes y su vínculo con el entorno para ofrecer una experiencia de aprendizaje.

Estas actividades culturales y creativas evidencian la identidad y cultura propias de cada localidad, especialmente de aquellas áreas rurales, donde es crucial considerar las relaciones de tipo simbólico y local que la comunidad ha establecido con el territorio (Vinagre de Castro *et al.*, 2020). No obstante, la sostenibilidad y conservación de estos elementos culturales en el turismo se enfrentan a retos como la “turistificación” que puede alterar su valor económico y su esencia identitaria debido a estrategias de promoción inadecuadas. Además, una gestión ineficiente del destino podría transformar su imagen, comprometer la autenticidad de la experiencia y aprovechar el patrimonio cultural exclusivamente con fines económicos (Du Cros y McKercher, 2020; Jiménez y Seño, 2018). Por ello, al usar la creatividad, la cultura y el turismo en las localidades rurales, se debe prestar atención a la forma cómo se vinculan estos factores en los sitios a fin de no perder su naturalidad y peculiaridad (Richards, 2019).

Otro de los retos que se presenta en las zonas rurales para el desarrollo del turismo, tiene que ver con la dispersión geográfica de los recursos y capacidades, que no están concentrados en un solo lugar, lo que dificulta su acceso y aprovechamiento pleno (Jarábková y Hamada, 2012). Castanho *et al.* (2013), en su estudio sobre las regiones remotas o con baja densidad, coincide que estas localidades se enfrentan a desafíos debido a sus condiciones particulares, que no solo tiene ver con el aislamiento territorial, sino también con la limitada densidad poblacional y la escasez de recursos disponibles. No obstante, Duxbury *et al.* (2020), mediante el Proyecto CREATOUR, identificaron que en áreas remotas y pequeñas es crucial enfocarse en el marketing de nicho, estrategias para atraer visitantes, atender condiciones del transporte, así como en el tipo de actividades que justifiquen el desplazamiento, destacando las particularidades de cada lugar.

Por lo tanto, según Vinagre de Castro *et al.* (2020), es fundamental que las comunidades identifiquen sus recursos locales y desarrollen habilidades creativas que les permitan maximizar sus capacidades. Esto implica un cambio de paradigma en la forma en que las comunidades perciben y utilizan sus recursos culturales, pasando de un enfoque de explotación a uno de valorización y sostenibilidad. Esto promueve un marco innovador para desarrollar un turismo que sea sensible al contexto local, fomente la participación comunitaria, equilibre las necesidades de los residentes y de los visitantes, y ofrezca actividades adecuadas para comunidades más pequeñas (Duxvury *et al.*, 2020).

Estrategias de gestión para promover el turismo creativo en localidades rurales

En primera instancia, la creatividad en el turismo debe ser vista como una “forma de pensamiento” y acción por los habitantes, que les aliente a aumentar su potencial, sin necesidad de copiar a otros, sino encontrando el camino propio (Richards, 2019). Para ello, es importante apoyar el talento y la capacidad creativa de las localidades rurales, subrayando los beneficios que estos pueden aportar en el progreso económico (Jarábková y Hamada, 2012). Además, se sugiere establecer una “visión, lenguaje y enfoque común” que promueva el cambio, la aplicación de buenas prácticas y permitan encontrar soluciones, lo cual implica un desafío grande que demanda un esfuerzo conjunto entre diversos actores claves (Salvado *et al.*, 2020).

Castanho *et al.* (2023), sostienen que para desarrollar el turismo creativo también es necesario contar con una política sostenible, priorizando inversiones en servicios esenciales, como la accesibilidad, transporte, conectividad entre localidades, además del fortalecimiento del capital humano. Para ello, esta política debe promover el vínculo entre varios actores para la identificación de nuevas alternativas, como la dotación de

recursos o programas educativos, que crean un medio favorable para el impulso de la creatividad (Salvado *et al.*, 2020).

Por ejemplo, los municipios locales, especialmente aquellos con recursos limitados o que carecen de opciones viables de desarrollo, deben establecer un entorno propicio que facilite el fomento de actividades empresariales y emprendimientos locales, así como nuevas iniciativas económicas (Jarábková y Hamada, 2012). De esta manera, una política clara y alineada al turismo creativo en las zonas rurales con estrategias realizables, ayudaría a las comunidades a adquirir los conocimientos necesarios para empoderarse en la oferta de experiencias auténticas basadas en su patrimonio cultural, además facilitaría la llegada de turistas y el planteamiento de proyectos innovadores.

Bajo estas consideraciones, en la implementación de iniciativas, es fundamental que las comunidades se positionen como eje central en la planificación del destino, desempeñando un papel activo en la toma de decisiones vinculadas al aprovechamiento turístico como mecanismo de progreso, la preservación y promoción cultural (Duxbury *et al.*, 2020). Llugsha (2021) sugiere que los municipios locales deben replantear su forma de planificar, pasando de centrarse exclusivamente en “atraer turistas” mediante estrategias de promoción, a diseñar territorios para sus propios habitantes, que también resulten atractivos para los visitantes, mediante una adecuada planificación turística. En este punto, Tresserras (2021) discute el rol de la artesanía en el turismo creativo, donde sugiere la necesidad de plantearse una hoja de ruta generando “políticas, estrategias y planes operativos” que fortalezcan la cadena productiva, en este caso artesanal, en un destino turístico.

La asociatividad es una estrategia clave para la planeación del turismo creativo en las localidades rurales. Esto significa obtener nuevas ideas y acciones tanto de las comunidades locales como de fuentes externas, mediante formas de “coparticipación” entre todas las partes interesadas,

que permitan desarrollar una propuesta de valor atractiva y novedosa (Salvado *et al.*, 2020). Este proceso implica la aportación de actores del sector público y privado, como instituciones estatales, educativas, organizaciones culturales, empresas, incluyendo a la sociedad en general, a los propios habitantes y visitantes para la planificación y promoción de productos culturales sostenibles (Kuizinaitė y Radzevičius, 2020; Salazar *et al.*, 2020). En particular, se necesita promover una coordinación efectiva especialmente entre actores culturales y turísticos para el intercambio de ideas y la toma de decisiones acordada (Jiménez y Seño 2018).

En los casos de estudio analizados por Richards (2020) demostraron cómo la “creación de redes” han permitido a las localidades alcanzar objetivos que podrían parecer inviables en términos de recursos disponibles. Por ejemplo, el organismo público de Áreas Designadas para la Administración del Turismo Sostenible (DASTA) de Tailandia, primer destino turístico creativo en Asia, ha desarrollado programas turísticos en localidades rurales basándose en la participación comunitaria, incluyendo en este diseño a los habitantes en la “co-creación de mejores prácticas”, el fortalecimiento de sus habilidades y el orgullo local, así como la “autosuficiencia”, permitiéndoles impulsar nuevas formas de operar a lo largo de la cadena de valor turística, empoderando a los líderes y comunidad para gestionar el cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad y calidad (Richards, 2020).

Esta visión de base comunitaria coincide con lo analizado por Duxbury *et al.* (2020) en el proyecto CREATOUR realizado en áreas rurales y pequeñas localidades de Portugal con la participación de 40 iniciativas piloto, donde se promovió la variedad de ideas desde una perspectiva participativa, en vez de imponer líneas temáticas predefinidas, permitiendo el intercambio de experiencias y el desarrollo de capacidades a través de redes de colaboración a nivel regional, nacional e incluso internacional. Una de las estrategias esenciales, fue la creación de redes locales para el turismo creativo, que conecta a artesanos, expertos en gastronomía y otros creadores artísticos, a

fin de ofrecer una variedad de talleres y actividades creativas, profundamente vinculadas a la identidad y distintivo local (Duxbury *et al.*, 2020).

Una vez se disponga de una planificación estratégica basada en una política de desarrollo turística sostenible, con el apoyo de los diferentes actores y grupos de interés de la localidad, se puede iniciar con el diálogo y colaboración para proponer productos turísticos creativos. Estos productos evidentemente deben basarse en las expresiones locales como la cultura, tradiciones, naturaleza, manifestaciones intangibles y prácticas cotidianas del lugar para producir valor, considerando que los entornos rurales ofrecen un ambiente tranquilo que pueden brindar experiencias “únicas y relajantes” (Salvado *et al.*, 2020; Jarábková y Hamada, 2012). Para ello, se debe crear una oferta atractiva que motive al turista a prolongar su estancia en el destino visitado, con actividades complementarias que eviten que el turista simplemente llegue, observe y regrese rápidamente a las ciudades, si se quiere generar beneficios significativos para el territorio (Montero, 2022).

La creatividad se expresa en actividades participativas de “alta intensidad” como talleres, que integran a los turistas y residentes en experiencias compartidas (Richards, Wisansing y Paschinger, 2018). Otras actividades novedosas son la creación de residencias artísticas, elaboración de souvenirs con identidad en diversos materiales, arte, ilustración, narración de historias, artes digitales, tours interpretativos, ciclos de producción con materiales tradicionales, talleres que exploren tradiciones (Tresserras, 2021; Vinagre de Castro *et al.*, 2020).

Por ejemplo, en una de las iniciativas del proyecto CREATOUR, discutido anteriormente, los artesanos imparten talleres de “mosaicos” que permiten a los participantes explorar los diferentes materiales y técnicas utilizadas para elaborar su propio producto. Asimismo, desarrollan talleres de “cerámica negra” que permiten a los visitantes involucrarse en cada etapa del proceso de producción. Ambas actividades en ocasiones se enriquecen

con narraciones o “storytelling” y dinámicas complementarias que contribuyen a reactivar la actividad económica de los artesanos a la vez que preserva su patrimonio cultural (Scherf, 2021).

Al respecto, Richards (2019) añade que están desarrollándose nuevos modelos de turismo creativo en áreas rurales, como la creación de “centros de conocimiento, festivales de creadores y redes rurales”, resaltando la necesidad de explorar de forma innovadora lo especial de cada lugar para ofrecer experiencias únicas. Estas actividades alientan la colaboración e invención, fomentando la producción cultural, el consumo y creación de una “marca del lugar” (Richards *et al.*, 2018).

Otro ejemplo es el diseño de rutas temáticas, que representan una estrategia para reactivar el crecimiento económico de las localidades rurales, conectando diversos sitios naturales, culturales e históricos, presentándolos bajo un solo tema, una sola marca (Jarábková y Hamada, 2012). En particular, aquello que resulta cotidiano y sencillo para los residentes puede transformarse en un atractivo significativo para los turistas (Álvarez-García *et al.*, 2019).

Por otro lado, el uso del “storytelling” puede motivar a las comunidades rurales al diseño de contenidos usando sus propias habilidades artísticas para crear experiencias llamativas, que les permitan reflexionar sobre su propia cultura, al tiempo que consideran la perspectiva de los visitantes. Estas experiencias deben integrar los cinco sentidos, como la creación de espacios y planificación de actividades que promuevan la expresión creativa (Richards, 2020). Tresseras (2021) sugiere que el storytelling se puede también aplicar en el etiquetado de los productos que acompañan la experiencia creativa, como las artesanías, agregando como valor la narración de una historia que cuenta el lugar. Así, el diseño de las diferentes experiencias creativas debe ser realizada y comunicada a los nichos de mercado apropiados y garantizar la calidad de vida de los residentes locales (Scherf, 2021).

Por último, las localidades especialmente rurales, deben reconocer sus propios recursos turísticos y capacidades que les faciliten incorporarse al turismo e impulsar su desarrollo. Por tal razón, se sugiere encontrar un balance entre los beneficios económicos que puede generar el turismo creativo y el bienestar social de los habitantes. Esto mediante la gestión de estrategias sostenibles que prioricen a la comunidad local, protejan la cultura y mejoren la calidad de vida (Castanho *et al.*, 2023).

En la Figura 1, se sintetizan las estrategias de gestión claves para promover el turismo creativo en localidades rurales:

Figura 1: Estrategias para el desarrollo del turismo creativo



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en este estudio.

En definitiva, el turismo creativo tiene el potencial de convertirse en una vía de desarrollo para las localidades rurales, enfocándose en sus recursos locales, tanto culturales como naturales y en las capacidades creativas de sus habitantes. Para este propósito, es fundamental que las políticas se orienten

a las necesidades específicas de cada comunidad, promoviendo una planificación sostenible y participativa en colaboración con actores del sector público, privado, comunitario, educativo, turístico, cultural, entre otros, con un enfoque que valore la creatividad como motor de transformación. De esta manera, se podrán construir redes colaborativas que faciliten el diseño de experiencias turísticas creativas que reflejen la identidad cultural única de las localidades rurales.

CONCLUSIONES

En conclusión, el turismo creativo se consolida como una estrategia innovadora que impulsa el crecimiento en áreas rurales mediante la valorización de los recursos endógenos, cultura y creatividad de la comunidad. Al priorizar la co-creación de experiencias basadas en la cultura viva, el conocimiento y las tradiciones, este enfoque no solo genera otras alternativas económicas y generación de empleo, sino que también estimula el intercambio cultural y fortalece la identidad local. No obstante, su implementación enfrenta desafíos como la falta de planificación, financiamiento, colaboración, dispersión geográfica y riesgo de turistificación, lo que subraya la importancia de una gestión integral que incluya acciones sostenibles para abordar estos retos.

En particular, las estrategias de gestión para el turismo creativo en las localidades rurales deben centrarse en repotenciar los recursos culturales y naturales únicos de cada región, promoviendo la participación de la comunidad local como eje central de progreso. Esto implica implementar políticas que prioricen temas como la infraestructura, servicios básicos, accesibilidad, el fortalecimiento del capital humano y la asociatividad entre actores clave mediante la creación de redes de trabajo. Con ello, se puede comenzar con el diseño de experiencias creativas como talleres, tours interpretativos o actividades que vinculen la artesanía, la narración de historias, los idiomas, la fotografía, la danza, etc., que fomenten las

habilidades creativas y realcen la autenticidad del patrimonio local. Esto debe garantizar un equilibrio entre los beneficios económicos y mejora de las condiciones sociales de las comunidades, a la vez que enriquezcan a los visitantes y preserven el legado cultural de las localidades rurales para las generaciones venideras.

Por último, este estudio sugiere que además de la revisión teórica realizada, es fundamental llevar a cabo una investigación de territorio que permita identificar de manera práctica las potencialidades y capacidades de cada localidad rural. Este enfoque contribuirá al diseño de productos turísticos creativos adaptados a su propio distintivo, seduciendo a viajeros en busca de una conexión cultural y un aprendizaje vivencial.

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

- Arias, F. (2016). El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica (7.^a ed.). Editorial Espíteme.
- Al-Ababneh, M. (2020). Creative cultural tourism as a new model of the relationship between cultural heritage and tourism. *International Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 1(1), 39-44.
<https://doi.org/10.31559/IJHTS2020.1.1.4>
- Alberca, F. (2019). El turismo creativo. Conceptualización y características. *Cultura*, (33), 145-159.
- Ali El-Sayed, D. (2023). Creative Tourism as a Catalyst for Enhancing Sustainability Levels in Small Communities in Egypt. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 24(2), 213-224.
https://jaauth.journals.ekb.eg/article_302559_a037119933e8dae843cd152d1fba15dd.pdf
- Álvarez-García, J., Maldonado-Erazo, C., Del Río, M., y Sánchez-Fernández, M., (2019). Creative tourism in small cities and rural areas: A bibliographic review. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 9(1), 63-94.
https://www.researchgate.net/publication/328580713_Creative_Tourism_in_Small_Cities_and_Rural_Areas_A_Bibliographic_Review
- Betancur-Rodríguez, V., Mejía- Córdoba, C., Acevedo- Ortíz, P., Velásquez-Vélez, M. y Cartagena- Benítez, A. (2022). El Turismo Creativo como dinamizador de las economías locales: Estudio de caso en una comunidad afrodescendiente. *Gaceta Científica*, 8(2), 93-104.
<https://doi.org/10.46794/gacien.8.2.1510>
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). La Economía Naranja: Una oportunidad infinita. Banco Interamericano de Desarrollo.
<https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>

Castanho, R. A., Couto, G. y Santos, C. (2023). Tourism Promoting Sustainable Regional Development: Focusing on Rural and Creative Tourism in Low-Density and Remote Regions. *Revista de Estudios Andaluces*, (45), 190-206.

<https://revistascientificas.us.es/index.php/REA/article/view/22479>

Du Cros, H. y McKercher, B. (2020). *Cultural tourism* (3.^a ed.). Routledge.

Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T. y Silva, S. (2020). Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism. *Sustainability*, 13(2), 1-17.

<https://doi.org/10.3390/su13010002>

García Suárez, J. A. y Pulido Fernández, J. I. (2015). Creacity, una propuesta de índice para medir la creatividad turística. Aplicación en tres destinos urbano- culturales españoles. *Revista de Estudios Regionales*, (103), 69-108.

<https://www.redalyc.org/pdf/755/75542882003.pdf>

García, J. (2018). La Capacidad de crear en turismo. Propuesta de un Índice sintético para medir la creatividad en destinos turísticos [Tesis Doctoral]. Universidad de Jaén.

<https://investigacion.ujaen.es/documentos/5ed588d62999527006a45766>

González, A. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(4), 450-464.

<https://www.redalyc.org/journal/280/28065077033/html/>

Jarábková, J. y Hamada, M. (2012). Creativity and Rural Tourism. *Creative and Knowledge Society. International Scientific Journal*, 2(2), 5-15.

<http://archive.sciendo.com/CKS.2012.2.issue-2/v10212-011-0022-4/v10212-011-0022-4.pdf>

Jiménez, C. y Seño, F. (2018). Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad y turismo. *International journal of scientific management and tourism*, 4(2), 349-366.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6640383>

Kuizinaitė y Radzevičius (2020). Cultural Tourism and Cities: Kaunas Case. *Information & Media*, (89), 83-97.

<https://doi.org/10.15388/ln.2020.89.42>

Luzardo, A. (2021). La economía naranja, a la vanguardia de la recuperación económica. Banco Interamericano de Desarrollo.

<https://blogs.iadb.org/trabajo/es/economia-naranja-recuperacion-economica/>

Llugsha, V. (2021). Turismo y desarrollo. La necesidad de contar con un enfoque territorial frente a los efectos de la pandemia COVID 19. En V. Llugsha (Ed.), *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19* (pp. 1-5). Ediciones Abya Yala.

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/152196-opac>

Mansilla, M. N. (2021). Turismo creativo: Fundamentos y posibilidades de desarrollo en Argentina. *Revista de Turismo e Identidad*, 2(2), 125-153.

<https://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeidentidad/article/view/5484>

Marlina, E., Wirasmoyo, W. y Raissakirana, A. (2020). *Tourist Visit Motivation as Cultural Tourism Activities Factor*. Proceedings of 8th ITSA Biennial Conference.

https://eprints.uty.ac.id/9420/1/Proceedings-of-ITSA-2020-279-293_compressed.pdf

Montero, J. (23 de octubre de 2022). Gemma Cànoves: "La creatividad y la innovación son clave en el turismo rural". *NuevaTribuna.es*.

<https://www.nuevatribuna.es/articulo/sociedad/gemma-canoves-creatividad-innovacion-son-clave-turismo-rural/20221023080350204203.html>

Naciones Unidas (2022). *Perspectivas de la Economía Creativa 2022. Panorama General*. Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo.

https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_overview_es.pdf

Organización Mundial del Turismo (s. f.). *Turismo rural*. OMT.

<https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OECD] (2014). *Tourism and the Creative Economy*. OECD Studies on Tourism, OECD Publishing.

<http://dx.doi.org/10.1787/9789264207875-en>

Padilla, D. (2023). Economía naranja vinculada al turismo cultural y al patrimonio inmaterial de Ecuador a través de la empresa creativa NU Identidad [Tesis de Maestría]. Universidad Técnica del Norte.

<https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/14038/2/PG%201438%20TRABAJO%20GRADO.pdf>

Rangel, V. (5 de mayo de 2023). *La Economía Naranja y la Actividad Artesanal*. UP Informa Diario Digital.

<https://upinforma.com/nuevo/info.php?cat=opinion&id=1324>

Richards, G (2019). Creative tourism: opportunities for smaller places? *Tourism & Management Studies*, 15(1S), 7-10. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15S101>

Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>

Richards, G., y Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, (23), 16-20.

Richards, G., Wisansing, J y Paschinger, E. (2018). *Creating Creative Tourism Toolkit*. BookPlus Publishing.

https://perfectlink.co.th/wp-content/uploads/2019/01/Creating-Creative-Tourism-Toolkit_Version-Eng.pdf

Salazar, B. R., González, A. y Macias Ramírez, A. R. (2020). El turismo cultural y sus construcciones sociales como contribución a la gestión sostenible de los destinos turísticos. *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 12(2), 406-428. <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i2p406>

Salvado, J., Ferreira, A. M., Serra, J. y Marujo, N. (2020). The creative and cultural tourism ecosystem: A conceptual model. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, (38), 59-88.

<https://doaj.org/article/8b0516de4dc94a2ebf1311a1f1320654>

Sano, H. (2016). Theoretical consideration on creative tourism. *Journal of Global Tourism Research*, 1(2), - 127-132. https://doi.org/10.37020/jgtr.1.2_127

Scherf, K. (2021). *Creative Tourism in Smaller Communities: Place, Culture, and Local Representation*. University of Calgary Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1ks0d4d>

Tresserras, J. (20 de abril de 2023). *El turismo cultural y creativo hoy*. UNESCO. <https://www.unesco.org/es/articles/el-turismo-cultural-y-creativo-hoy>

Tresserras, J. (11 de mayo de 2021). *El rol de la artesanía en el turismo cultural y creativo*. [Discurso principal]. Segundo Congreso Profesional de Artesanía, Universidad de Barcelona.

https://ccam.gencat.cat/web/.content/05_arees_actuacio/artesanía/congres_artesanía/congres_artesanía_2021/presentacions_ii_congres_artesanía/II-Congres-Artesanía-JORDI-TRESSERRAS-Rol-artesanía-en-el-turisme-experiencial-i-creatiu.pdf

Vinagre de Castro, T., Duxbury, N., Silva, S., Bakas, F., Carvalho, C., Sancho, L., Borges, R., Albino, S., Gonçalves, A., Remaldo, P. y Matos, O. (2020). *Creative Tourism: A Guide for Practitioners – How do you Regenerate Communities and Places by Combining Culture, Tourism and Creativity?*. CREATOUR Project. Centre for Social Studies, University of Coimbra.

https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/32669/1/Guide-practitioners_EN_digital_final.pdf

Turismo experiencial y sostenibilidad en Bogotá. Análisis del impacto y las estrategias hacia un desarrollo sostenible en el sector turístico urbano

Experiential tourism and sustainability in Bogota. Analysis of the impact and strategies towards sustainable development in the urban tourism sector



Sandra Lorena Rosero Ordoñez

Universidad Externado

Bogotá, Colombia

srosero981@gmail.com

RESUMEN

Objetivo: Analizar la relación entre el turismo experiencial y la sostenibilidad en Bogotá. Métodos: El estudio empleó un enfoque cualitativo utilizando entrevistas y observación. Se trabajó con una muestra de 100 participantes, lo que permitió obtener una visión representativa de las percepciones y experiencias relacionadas con la sostenibilidad en el turismo. Se realizaron análisis cualitativos para identificar patrones y tendencias. Resultados: Los resultados evidencian que el turismo experiencial en Bogotá genera una alta satisfacción en los turistas, especialmente aquellos involucrados en experiencias inmersivas en comunidades locales. Un 85 % de los encuestados destacó su mayor conexión con las tradiciones

y costumbres bogotanas, lo que favorece la sostenibilidad social. Se observó una relación positiva entre el turismo y los pilares de sostenibilidad: social, económica y ambiental. Conclusión: El turismo experiencial en Bogotá promueve la sostenibilidad y fomenta el respeto por la cultura local. Aunque las estrategias sostenibles han tenido un impacto positivo, se requiere una mayor comunicación sobre las prácticas ecológicas para satisfacer las expectativas de los turistas.

PALABRAS CLAVE: turismo experiencial, sostenibilidad, Bogotá, comunidades locales, inmersión cultural, economía local, prácticas ecológicas

ABSTRACT

Objective: To analyze the relationship between experiential tourism and sustainability in Bogotá. Methods: The study employed a qualitative approach using interviews and observation. We worked with a sample of 100 participants, which allowed us to obtain a representative view of perceptions and experiences related to sustainability in tourism. Qualitative analyses were conducted to identify patterns and trends. Results: The results show that experiential tourism in Bogotá generates high satisfaction among tourists, especially those involved in immersive experiences in local communities. Eighty-five percent of respondents highlighted their greater connection with Bogotá's traditions and customs, which favors social sustainability. A positive relationship was observed between tourism and the pillars of sustainability: social, economic and environmental. Conclusion: Experiential tourism in Bogotá promotes sustainability and fosters respect for local culture. Although sustainable strategies have had a positive impact, more communication about green practices is required to meet tourists' expectations.

KEYWORDS: experiential tourism, sustainability, Bogotá, local communities, cultural immersion, local economy, ecological practices

INTRODUCCIÓN

El turismo experiencial ha ganado relevancia en las últimas décadas como una forma de turismo que ofrece experiencias más allá de la simple visita a un destino, permitiendo que los turistas interactúen activamente con el entorno, la cultura y la comunidad local. Este tipo de turismo, que busca la creación de experiencias memorables, está estrechamente relacionado con la sostenibilidad, al fomentar una mayor conciencia sobre la preservación del medio ambiente y el respeto por las tradiciones y costumbres locales. En este

contexto, Bogotá se presenta como un destino turístico con un gran potencial para incorporar el turismo experiencial de manera sostenible, promoviendo el desarrollo económico y social mientras se preservan sus recursos naturales y culturales.

El interés en este tema surge debido a la necesidad de explorar cómo el turismo experiencial puede ser una herramienta eficaz para la sostenibilidad en Bogotá, una ciudad que enfrenta tanto desafíos como oportunidades en términos de crecimiento turístico y conservación. La importancia de este estudio radica en que permite conocer las formas en que el turismo puede contribuir al desarrollo económico de la ciudad sin comprometer su patrimonio y entorno. Además, la investigación aborda una problemática novedosa, ya que el análisis de las interacciones entre turismo experiencial y sostenibilidad en una ciudad como Bogotá aún no ha sido suficientemente explorado.

Diversos estudios han abordado la relación entre el turismo experiencial y la sostenibilidad en diferentes contextos. Andrade Matos, Barbosa y Costa (2021) señalan que el turismo experiencial puede ser un motor de desarrollo económico, pero también advierten sobre la necesidad de gestionar adecuadamente los recursos para evitar su sobreexplotación. Por otro lado, Guzmán-Sánchez (2019) plantea que el turismo experiencial no solo debe centrarse en la creación de experiencias auténticas para los turistas, sino también en la integración de la comunidad local en las actividades turísticas, lo que garantiza que los beneficios del turismo sean distribuidos de manera equitativa. Asimismo, Figueroa Cortez, Portillo Mira y Quintana García (2024) argumentan que el turismo sostenible requiere una planificación adecuada que considere los impactos sociales y ambientales, para asegurar que las actividades turísticas no afecten negativamente a las comunidades ni a los ecosistemas.

Algunos estudios también sugieren que la incorporación de nuevas tecnologías puede desempeñar un papel crucial en la gestión del turismo

experiencial, ayudando a optimizar los recursos y mejorando la experiencia del visitante. La inteligencia artificial tiene el potencial de personalizar las experiencias turísticas, haciendo que el turismo sea más inclusivo y adaptado a las necesidades de cada visitante, lo que puede aumentar la satisfacción del turista y, al mismo tiempo, reducir la presión sobre los destinos turísticos más frecuentados. En línea con esta perspectiva, Casanova y Carrillo Méndez (2024) destacan que la implementación de sistemas de evaluación y monitoreo multicriterio puede facilitar la toma de decisiones informadas sobre el impacto del turismo en el entorno local, promoviendo una gestión más responsable.

A pesar de los beneficios que puede traer el turismo experiencial, también existen desafíos asociados con su implementación. Según Coccia (2023), uno de los principales riesgos es la masificación del turismo, que puede llevar a la degradación de los recursos naturales y culturales si no se gestiona adecuadamente. Además, varios autores, como Branquinho de Almeida, Santos, Méndez Díaz y Díaz Santiago (2024), argumentan que el turismo experiencial puede perder su autenticidad si no se asegura una correcta relación entre el turista y la comunidad local, lo que podría llevar a una banalización de las tradiciones y prácticas culturales.

En el caso de Bogotá, la situación es compleja, ya que, a pesar de los esfuerzos por promover un turismo responsable, aún existen retos relacionados con la sobreexplotación de los recursos naturales y la falta de una infraestructura adecuada para hacer frente al aumento del número de turistas. Rosero Ordoñez (2025) señala que, para garantizar la sostenibilidad del turismo en Bogotá, es fundamental promover un enfoque integral que incluya tanto la protección del medio ambiente como el desarrollo social y económico. Asimismo, Nieto Mejía (2025) argumenta que es necesario contar con políticas públicas que fomenten el turismo responsable, involucrando a las comunidades locales en la planificación y gestión del destino.

En cuanto al impacto del turismo experiencial en el desarrollo local, varios estudios coinciden en que este tipo de turismo puede generar beneficios económicos significativos, pero también puede traer consigo desafíos sociales y culturales. Según Garcés Moreira, Chamoli Falcón, López Hernández, Gómez Mieles e Intriago Valarezo (2025), el turismo experiencial puede contribuir al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, siempre y cuando se implementen estrategias que aseguren que los beneficios del turismo lleguen de manera equitativa a todos los sectores de la sociedad. De manera similar, Naranjo Armijo, Valderrama Bonilla y Parrales Verduga (2024) destacan que el turismo sostenible es una herramienta clave para la conservación de ecosistemas y biodiversidad, pero solo si se toman en cuenta las necesidades de las comunidades locales y se gestionan adecuadamente los recursos.

Para fortalecer el análisis del impacto del turismo experiencial sobre la sostenibilidad en Bogotá, es esencial considerar el marco normativo y las políticas turísticas implementadas en la ciudad. En este contexto, la Política Pública Distrital de Turismo 'Bogotá Destino Turístico Sostenible, Inteligente, Responsable e Incluyente' 2023-2033 juega un rol fundamental. Esta política establece un enfoque integral para el desarrollo turístico de la ciudad, promoviendo la sostenibilidad, la inclusión y la responsabilidad, a través de la intervención interinstitucional y la participación de diversos actores del sector. Los principios establecidos en esta política proporcionan un marco estratégico que guía las prácticas turísticas, asegurando que el turismo experiencial se alinee con los objetivos de sostenibilidad y gestión responsable de los destinos. De esta forma, las políticas públicas no solo regulan el sector turístico, sino que orientan las prácticas hacia un modelo que favorezca el desarrollo sostenible, el respeto por el patrimonio cultural y natural, y la inclusión de las comunidades locales.

En virtud de lo expuesto, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera el turismo experiencial contribuye a la sostenibilidad en

Bogotá, respetando el patrimonio cultural y natural del destino? La hipótesis que se propone es que el turismo experiencial puede ser un motor de desarrollo sostenible en Bogotá, siempre y cuando se adopten políticas públicas que promuevan la participación de las comunidades locales y la preservación de los recursos naturales. El objetivo de esta investigación es analizar cómo el turismo experiencial en Bogotá contribuye a la sostenibilidad, identificando los factores que favorecen o limitan su implementación en la ciudad.

METODOLOGÍA

El alcance del estudio fue exploratorio y descriptivo, con el objetivo de analizar la relación entre el turismo experiencial y la sostenibilidad en Bogotá, comprendiendo las percepciones y experiencias de los actores clave involucrados en el desarrollo turístico de la ciudad. Este enfoque permitió explorar los aspectos cualitativos del fenómeno y describir detalladamente los factores que inciden en su implementación.

El diseño de la investigación fue fenomenológico, orientado a captar las experiencias vividas por los participantes, con el fin de entender cómo los actores del turismo en Bogotá percibieron y experimentaron los efectos del turismo experiencial sobre la sostenibilidad. Se buscó comprender cómo tanto los turistas como los actores locales interpretaron estos procesos en sus contextos específicos.

La unidad de estudio estuvo conformada por los principales actores del turismo en Bogotá, incluidos operadores turísticos, gestores de destinos, miembros de comunidades locales, funcionarios públicos encargados de la gestión turística y turistas que visitaron la ciudad en los últimos dos años. La muestra fue seleccionada mediante un muestreo por conveniencia, priorizando a aquellos participantes con experiencia directa en el ámbito del turismo experiencial, incluyendo tanto a personas con experiencia consolidada como a aquellas con participación reciente en el sector.

En cuanto al tamaño de la muestra, es importante señalar que, si bien un diseño fenomenológico típicamente podría implicar una muestra más pequeña para lograr una mayor profundidad en el análisis, la elección de los 100 participantes se justifica por la necesidad de obtener una representación variada de las experiencias y percepciones de los actores clave involucrados en el turismo experiencial en Bogotá. Este número fue seleccionado teniendo en cuenta la diversidad de perspectivas requeridas para comprender de manera integral los efectos del turismo experiencial sobre la sostenibilidad en un contexto urbano como el de Bogotá.

Se emplearon técnicas cualitativas de observación y entrevistas semiestructuradas para la recolección de datos. La observación permitió obtener información contextual sobre las prácticas turísticas en el terreno, mientras que las entrevistas proporcionaron datos profundos sobre las percepciones y opiniones de los participantes en relación con la sostenibilidad en el turismo experiencial.

La recolección de datos se realizó mediante entrevistas semiestructuradas realizadas por un equipo de entrevistadores capacitados. Estas entrevistas fueron diseñadas con una guía de preguntas abiertas adaptadas a los perfiles específicos de los participantes. Cada entrevista tuvo una duración aproximada de 45 minutos, y se entrevistaron a 100 personas con el propósito de capturar una amplia gama de experiencias y percepciones sobre el fenómeno estudiado. Los entrevistadores fueron entrenados para mantener la coherencia en la recolección de datos y crear un ambiente de confianza, lo que permitió a los participantes expresar sus ideas y experiencias de forma detallada.

Los datos obtenidos fueron analizados mediante un enfoque fenomenológico, lo que permitió identificar patrones y temas recurrentes en las experiencias de los participantes. Este enfoque facilitó la interpretación de los datos en función de cómo los actores turísticos y los turistas percibieron el impacto del turismo experiencial sobre la sostenibilidad,

considerando tanto los desafíos como las oportunidades derivadas de este modelo turístico.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos a partir de las entrevistas y observaciones realizadas con una muestra de 100 participantes proporcionan una comprensión detallada y exhaustiva de la relación entre el turismo experiencial y la sostenibilidad en Bogotá. A través de un análisis riguroso, se identificaron patrones y tendencias que reflejan la interacción dinámica entre los turistas, las comunidades locales y los actores encargados de la gestión turística de la ciudad. Los hallazgos permiten realizar una evaluación crítica y profunda sobre los efectos del turismo experiencial en los tres pilares de la sostenibilidad: social, económica y ambiental.

En primer lugar, se observó que los turistas que participaron en experiencias inmersivas en comunidades locales mostraron un nivel elevado de satisfacción y conexión emocional con los destinos visitados. Un 85 % de los encuestados indicó que la inmersión en el contexto local les permitió desarrollar una comprensión más profunda de las tradiciones y costumbres bogotanas, contribuyendo al fortalecimiento de los lazos culturales. Este hallazgo sugiere que el turismo experiencial en Bogotá tiene el potencial de fomentar el respeto por la identidad local y la preservación de la cultura autóctona, en línea con los principios de sostenibilidad social.

No obstante, la saturación de ciertos destinos, como consecuencia del aumento de la demanda por parte de los turistas, ha generado tensiones entre las comunidades locales y los responsables de la gestión turística. A pesar del reconocimiento de los beneficios económicos del turismo, se identificaron preocupaciones sobre la capacidad de los recursos naturales y culturales para soportar el crecimiento turístico desmedido. Este fenómeno evidenció la falta de una planificación adecuada, lo que ha desencadenado efectos negativos sobre la infraestructura local y los ecosistemas.

circundantes. Estos resultados subrayan la necesidad urgente de estrategias de manejo sostenible que equilibren la promoción del turismo con la protección del entorno.

Un hallazgo innovador en este estudio fue la identificación de una relación positiva entre el turismo experiencial y la sostenibilidad económica. Las entrevistas revelaron que, en determinadas zonas de la ciudad, el turismo experiencial ha estimulado el desarrollo de microempresas locales, especialmente en los sectores de la gastronomía, las artes y la música. Los residentes han aprovechado la demanda de experiencias auténticas para diversificar sus fuentes de ingresos, lo que ha dado lugar a la creación de empleo y a la mejora de las condiciones socioeconómicas en áreas periféricas de Bogotá. Este fenómeno refuerza la idea de que el turismo experiencial puede constituir una herramienta eficaz para el desarrollo económico local, sin comprometer los principios de sostenibilidad.

Desde el punto de vista ambiental, los resultados reflejan que, aunque los turistas manifiestan un alto interés por participar en actividades ecológicas, la falta de coordinación entre los actores del sector turístico ha impedido la implementación de políticas de sostenibilidad eficaces. Un 60 % de los entrevistados indicó que las iniciativas ecológicas en Bogotá son, en general, insuficientes y dispersas, lo que limita el potencial de la ciudad para posicionarse como un destino de turismo sostenible a nivel internacional. Este dato revela la necesidad de un enfoque integrador que involucre a los diferentes sectores implicados en la gestión del turismo, con el fin de implementar prácticas más coherentes y efectivas.

El estudio también subrayó un aspecto crucial del turismo experiencial en Bogotá: su impacto en la sostenibilidad cultural. A diferencia de otros enfoques turísticos, el turismo experiencial ha permitido que diversas comunidades locales revitalicen sus lenguas, costumbres y prácticas ancestrales. De hecho, se observó que, en varias localidades cercanas a Bogotá, la implementación de programas de turismo cultural ha facilitado la

preservación y transmisión de conocimientos tradicionales, al tiempo que ha generado una mayor conciencia sobre la importancia de las culturas indígenas. Este hallazgo resalta el potencial del turismo experiencial para contribuir a la sostenibilidad cultural, promoviendo la inclusión social y el respeto por las tradiciones de los pueblos originarios.

Otro de los hallazgos más relevantes fue el uso innovador de la tecnología en el turismo experiencial. A través de herramientas digitales como aplicaciones móviles, redes sociales y plataformas de realidad aumentada, los turistas pudieron acceder a información detallada sobre las prácticas sostenibles en Bogotá y participar en experiencias más personalizadas. De manera sorprendente, estos recursos tecnológicos no solo mejoraron la calidad de la experiencia turística, sino que también contribuyeron a la gestión eficiente de los recursos turísticos, facilitando la participación de los turistas en iniciativas de conservación y sostenibilidad. Este uso de la tecnología abre nuevas oportunidades para la promoción de un turismo más responsable y consciente en la ciudad.

En conjunto, los resultados de este estudio proporcionan una visión compleja y matizada sobre los efectos del turismo experiencial en la sostenibilidad de Bogotá. Si bien se observan aspectos positivos, como la creación de empleo local y el fortalecimiento de la identidad cultural, también emergen desafíos significativos relacionados con la saturación de destinos y la falta de una planificación estratégica. Los hallazgos destacan la necesidad de adoptar enfoques integrados y sostenibles que no solo promuevan la preservación de los recursos naturales y culturales, sino que también impulsen el desarrollo económico de las comunidades locales de manera equitativa y responsable.

En la Tabla 1, se presentan los resultados clave sobre las percepciones de los turistas y las comunidades locales en relación con los beneficios y riesgos del turismo experiencial en Bogotá, así como las recomendaciones para la implementación de prácticas más sostenibles en el sector.

Tabla 1: Percepciones sobre los beneficios y riesgos del turismo experiencial en Bogotá, según turistas y comunidades locales

Categoría	Beneficios percibidos	Riesgos percibidos	Recomendaciones
Turistas (100 participantes)	Conexión emocional con la cultura local.	Saturación de destinos turísticos populares.	Promover el turismo en áreas menos visitadas.
	Fortalecimiento de la identidad cultural.	Impacto negativo sobre la infraestructura local.	Desarrollar infraestructuras sostenibles.
	Participación en actividades ecológicas.	Destrucción de ecosistemas locales.	Implementar medidas de conservación estrictas.
	Mejora de la calidad de vida en comunidades locales.	Comodificación de las culturas locales.	Fomentar el respeto y la autenticidad cultural.
Comunidades Locales (100 participantes)	Creación de empleo local.	Desigual distribución de los beneficios económicos.	Promover la equidad en la distribución de beneficios.
	Preservación de tradiciones culturales.	Desplazamiento de residentes locales.	Incentivar el involucramiento local en la gestión turística.
	Generación de ingresos para microempresas.	Sobrecarga de recursos naturales.	Implementar prácticas de manejo sostenible de recursos.
	Fortalecimiento del tejido social local.	Pérdida de autenticidad cultural debido al turismo masivo.	Desarrollar estrategias de turismo cultural auténtico.

Fuente: Elaboración con datos tomados de las entrevistas.

A continuación, se presenta la Tabla 2, que detalla las diversas estrategias sostenibles implementadas en las actividades de turismo experiencial en Bogotá. Esta tabla proporciona un análisis de las iniciativas específicas que se han llevado a cabo para integrar la sostenibilidad en las experiencias turísticas ofrecidas en la ciudad. Las estrategias incluyen desde la promoción de la sostenibilidad en las actividades al aire libre hasta el uso de recursos locales y orgánicos, todas orientadas a generar un impacto positivo tanto en el medio ambiente como en la economía local. La implementación de estas estrategias se ha medido según su alcance y frecuencia, destacando su efectividad en la creación de experiencias turísticas responsables y sostenibles.

Tabla 2: Estrategias sostenibles implementadas en el turismo experiencial en Bogotá

Estrategia Sostenible	Descripción de la estrategia	Percepción de los turistas (100 participantes)	Percepción de las comunidades locales (100 participantes)	Impacto observado
Turismo de Bajo Impacto Ambiental	Actividades turísticas que minimizan la huella ecológica, como ecoturismo y caminatas en la naturaleza.	82 % consideran que es una experiencia enriquecedora y respetuosa con el medio ambiente.	79 % perciben que estas prácticas ayudan a preservar los recursos naturales locales.	Mejora en la conservación de parques naturales y biodiversidad. Reducción del daño ambiental.
Involucramiento de las Comunidades Locales	Programas que fomentan la participación activa de las comunidades en el diseño y gestión del turismo.	75 % consideran que las actividades son auténticas y reflejan la cultura local.	85 % destacan la importancia de participar en la toma de decisiones sobre el turismo.	Mayor empoderamiento de las comunidades y promoción de la identidad cultural.

Estrategia Sostenible	Descripción de la estrategia	Percepción de los turistas (100 participantes)	Percepción de las comunidades locales (100 participantes)	Impacto observado
Turismo Cultural y Patrimonial	Enfoque en la preservación del patrimonio cultural y la integración de los turistas con las tradiciones locales.	78 % aprecian la conexión profunda con la cultura local a través de experiencias inmersivas.	88 % consideran que estas experiencias ayudan a conservar y valorar su patrimonio cultural.	Aumento de la conciencia cultural y del respeto por las tradiciones locales.
Promoción de la Economía Circular	Estrategias que promueven el reciclaje, la reutilización y la reducción de residuos generados por las actividades turísticas.	65 % ven positivamente las iniciativas ecológicas, aunque algunas perciben falta de infraestructura adecuada.	72 % valoran las iniciativas de reciclaje, pero sugieren mejoras en la implementación.	Reducción de residuos y mejor gestión de recursos naturales, aunque con áreas de mejora en infraestructura.
Turismo Comunitario y Rural	Desarrollo de proyectos turísticos que benefician directamente a las comunidades rurales mediante la oferta de experiencias auténticas.	80 % sienten que estas experiencias proporcionan una visión genuina de la vida rural colombiana.	90 % apoyan el turismo comunitario como una forma de mejorar la economía local.	Incremento en los ingresos de las comunidades rurales y mayor interés por el turismo en áreas menos conocidas.

Fuente: Elaboración con datos tomados de las entrevistas.

La Tabla 3 presenta los resultados obtenidos a través de la observación directa de las prácticas sostenibles aplicadas en diversas actividades turísticas en Bogotá. A partir de la observación de los comportamientos y las intervenciones realizadas por los operadores turísticos y los propios turistas,

se identificaron y documentaron las prácticas más comunes que fomentan la sostenibilidad. Estas prácticas incluyen la gestión de residuos, el uso eficiente de los recursos naturales y las interacciones respetuosas con las comunidades locales. La tabla ofrece una visión detallada de cómo estas acciones se implementan en el contexto real de las actividades turísticas, reflejando el grado de integración de la sostenibilidad en la experiencia del visitante.

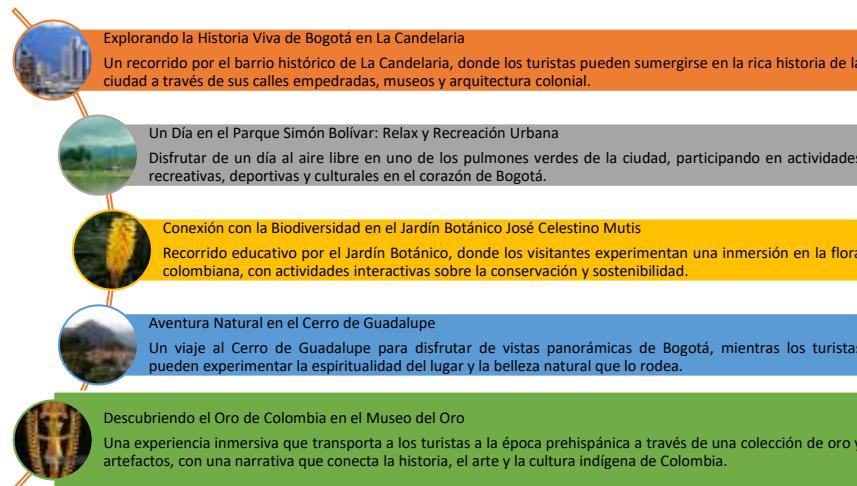
Tabla 3: Observación de prácticas sostenibles en actividades turísticas en Bogotá

Actividad Turística Observada	Prácticas Sostenibles Implementadas	Frecuencia de Implementación	Observaciones Adicionales
Recorridos ecológicos en parques naturales	Uso de guías locales formados en conservación, caminatas sin impacto ambiental, y prácticas de no dejar rastro.	Alta	Los guías locales interactuaron de manera respetuosa con el entorno, promoviendo la educación ambiental.
Talleres de artesanía con comunidades locales	Uso de materiales reciclados y naturales, técnicas tradicionales que no dañan el entorno.	Moderada	Las comunidades locales participaron activamente, destacando la sostenibilidad de los métodos tradicionales.
Visitas a mercados locales de productos orgánicos	Promoción de productos locales, alimentos orgánicos y comercio justo.	Alta	Los participantes mostraron gran interés en los productos sostenibles, destacando el apoyo a la economía local.
Turismo de naturaleza en zonas rurales	Implementación de transporte sostenible (bicicletas, caminatas), reforestación y conservación del hábitat.	Moderada	El uso de bicicletas y caminatas fue muy bien recibido, aunque hubo limitaciones en las infraestructuras de transporte sostenible.

Actividad Turística Observada	Prácticas Sostenibles Implementadas	Frecuencia de Implementación	Observaciones Adicionales
Actividades de observación de aves	Fomento del respeto por la fauna y flora, evitando la alteración de los hábitats naturales.	Alta	Se destacó la participación de los turistas en la observación responsable, con un enfoque educativo sobre la biodiversidad local.

Fuente: Elaboración con datos tomados de las observaciones.

Bogotá, la capital de Colombia, se presentó como un destino vibrante para el turismo experiencial, ofreciendo una variedad de actividades que permiten a los visitantes conectarse profundamente con su patrimonio natural, cultural e histórico. Entre sus destinos más emblemáticos se destacan el Cerro de Guadalupe, el Parque Simón Bolívar, y la Candelaria, que combinan paisajes impresionantes con experiencias inmersivas en el contexto urbano. El Cerro de Guadalupe, por ejemplo, ofrece una vista panorámica de la ciudad y es ideal para quienes buscan una conexión espiritual y natural, mientras que el Parque Simón Bolívar atrae a los amantes de la recreación al aire libre y eventos culturales. Otros sitios como el Jardín Botánico y la Laguna de Tota permiten explorar la biodiversidad, mientras que la Plaza de Bolívar invita a un recorrido histórico. Estas experiencias, cada una única en su tipo, enriquecen la percepción del turismo en la ciudad, ofreciendo algo más que simples visitas turísticas, como se observa en la Figura 1.

Figura 1: Turismo experiencial en Bogotá: principales destinos y actividades

Fuente: Elaboración con datos tomados de las observaciones.

El turismo experiencial en Bogotá se consolidó como una de las principales estrategias para diversificar la oferta turística y conectar a los visitantes con la ciudad de una manera única. A través de visitas guiadas, actividades al aire libre y eventos culturales, los participantes lograron interactuar directamente con el entorno natural y cultural de la capital. Los resultados indicaron que lugares como el Cerro de Guadalupe y el Parque Simón Bolívar fueron los más destacados, ofreciendo experiencias que iban más allá de la observación pasiva, permitiendo una participación activa. Estos destinos no solo promovieron la sostenibilidad y la conciencia ambiental, sino que también crearon espacios para que los turistas experimentaran una inmersión en la identidad local, lo que resultó en una valoración más profunda de los recursos naturales y culturales de la ciudad.

DISCUSIÓN

Este estudio aporta significativamente al conocimiento sobre el turismo experiencial y la sostenibilidad en Bogotá, al destacar cómo la ciudad ha integrado ambas dimensiones para enriquecer la experiencia de los visitantes, mientras promueve prácticas sostenibles. Los resultados muestran que los turistas valoraron positivamente las experiencias inmersivas en lugares como el Cerro de Guadalupe y el Parque Simón Bolívar, subrayando la relevancia de la sostenibilidad como eje central en las actividades turísticas.

La implementación de estrategias sostenibles, aunque desafiante, ha tenido un impacto positivo en la conciencia ambiental de los visitantes, superando las expectativas del sector turístico local. Este hallazgo resalta la importancia de involucrar a la comunidad local y a los actores del turismo en un proceso continuo de educación y sensibilización sobre la sostenibilidad.

Al comparar los resultados con estudios previos, como el de García León y Reinoso Haro (2024), se confirma el crecimiento del turismo experiencial y su relación con la sostenibilidad en destinos urbanos. Los hallazgos de este estudio respaldan esta visión, destacando que Bogotá ha logrado integrar exitosamente la sostenibilidad en sus experiencias turísticas. Sin embargo, se observa una diferencia importante: los turistas continúan demandando más información sobre las prácticas ecológicas, lo que señala un área de mejora en la comunicación y promoción de estas acciones, un aspecto que no fue tan enfatizado en investigaciones anteriores.

El análisis concluye que el turismo experiencial en Bogotá avanza hacia un modelo más inclusivo y sostenible. Las experiencias vinculadas a la naturaleza y la cultura local no solo benefician a los turistas, sino que también impulsan la economía local al fomentar la conservación de los recursos naturales y el patrimonio cultural. No obstante, se identifican excepciones, como la resistencia de ciertos grupos a adoptar prácticas turísticas más

sostenibles, lo que podría estar relacionado con la falta de incentivos o con una comprensión insuficiente de los beneficios a largo plazo de estas prácticas.

Aunque esta investigación presenta limitaciones, como la restricción en el tamaño de la muestra, que, aunque moderada, fue seleccionada cuidadosamente para obtener una representación diversa de las experiencias y percepciones de los actores clave involucrados en el turismo experiencial en Bogotá, se considera que los 100 participantes fueron suficientes para explorar en profundidad los aspectos cualitativos del fenómeno estudiado. Adicionalmente, la dificultad para obtener datos de todas las áreas de la ciudad y la disponibilidad limitada de datos sobre las políticas turísticas de Bogotá pudieron haber influido en una comprensión más exhaustiva de la implementación de estas estrategias. No obstante, los resultados obtenidos proporcionan una visión significativa sobre la relación entre el turismo experiencial y la sostenibilidad en la ciudad.

En conclusión, el turismo experiencial en Bogotá ha demostrado ser una herramienta efectiva para promover la sostenibilidad. Sin embargo, se requieren esfuerzos continuos para fortalecer la infraestructura turística, mejorar la educación ambiental y ampliar la participación de la comunidad local. Este estudio plantea las siguientes interrogantes para futuras investigaciones: ¿Qué medidas pueden tomarse para garantizar la integración total de las prácticas sostenibles en todos los sectores del turismo en Bogotá? ¿Cómo pueden las políticas públicas incentivar una mayor participación de los turistas en prácticas sostenibles? ¿Qué impacto tiene el turismo experiencial en la percepción de los residentes locales sobre la sostenibilidad y el desarrollo urbano?

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

- Andrade Matos, M. B., Barbosa, M. L. y Costa, J. H. (2021). La crisis de la cacaueira en el turismo experiencial chocolateiro: El inicio del movimiento de reposicionamiento de la marca del destino turístico Ilhéus-BA. *Revista Brasileira de Turismo*, 15(2), e-1969, 1-16. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i2.1969>
- Arévalo Abad, C. A. (2025). El turismo sostenible como herramienta de conservación ambiental y desarrollo local: Un estudio de caso en comunidades rurales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinaria*, 8(6), 5738-5757. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15282
- Barón Mercado, S., Agresott Madera, R. y Ropero Collantes, K. L. (2023). Turismo experiencial en Playa Blanca, Barú. *Revista Adelante-Ahead*, 12(1), 59-67. <https://ojs.unicolombo.edu.co/index.php/adelante-ahead/article/view/217>
- Branquinho de Almeida, S., Santos, N., Méndez Díaz, M. y Díaz Santiago, I. (2024). Turismo experiencial – Uma tipologia estudo sobre a percepção da experiência pelo viajante. En Bignardi Neves (Coord.), *Roteiros culturais, turismo e patrimônio entre culturas* (pp. 62-74). Atena Editora. <https://doi.org/10.22533/lat.ed.5482422105>
- Cardoso-Cabrera, D. A., Vásquez Erazo, E. J. y Ramón Poma, G. M. (2021). Marketing experiencial aplicado al turismo rural del cantón Morona como componente de la economía naranja. *CIENCIAMATRÍA*, 7(12), 381-410. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.434>
- Casanova, L. y Carrillo Méndez, M. F. (2024). Evaluación multicriterio de experiencias turísticas en entornos rurales: Caso de la parroquia San Francisco, Cotacachi, Ecuador. *Revista Latinoamericana de calidad educativa*, 1(4), 85-92. <https://doi.org/10.70625/rle.v1i4.1>
- Coccia, L. (2023). Turismo experiencial: Travesías por el territorio y valoración del patrimonio cultural. *Estudios turísticos*, 1(217-218), 205-216. <https://doi.org/10.61520/et.217-2182019.79>
- Espino Castillo, D. y González Pinilla, E. L. (2024). Cultura organizacional en el desarrollo del turismo sostenible. *Revista Contacto*, 3(3), 94-110. <https://doi.org/10.48204/contacto.v3n3.4819>
- Figueroa Cortez, A. G., Portillo Mira, R. E. y Quintana García, V. H. (2024). Turismo sostenible en las empresas de El Salvador. *Empresa Y Sociedad*, 4(1), 101-111. <https://doi.org/10.5377/emyso.v4i1.18729>
- Garcés Moreira, J. A., Chamoli Falcón, A. W., López Hernández, C. A., Gómez Mieles, J. M. y Intriago Valarezo, J. R. (2025). Perspectivas de turismo sostenible: La importancia de la diversidad cultural en comunidades indígenas de América Latina. *Ciencia Y Reflexión*, 4(1), 183-210. <https://doi.org/10.70747/cr.v4i1.94>
- García León, J. y Reinoso Haro, A. (2024). El turismo sostenible y su contribución al desarrollo socioeconómico de la provincia Bolívar, al 2030. *Revista Suplemento CICA Multidisciplinario*, 8(18), 414-431. <https://doi.org/10.56124/scicam.v8i018.019>
- Goyeneche Castillo, P., Castillo Galeano, A. R. y Rodríguez Miranda, J. P. (2025). Revisión sistemática según la herramienta Prisma: De la jurisprudencia en turismo sostenible para ríos en América Latina durante los últimos cinco años. *Actualidad Jurídica Ambiental (AJA)*, (153), 61-82. <https://doi.org/10.56398/ajacieda.00399>
- Guapi, F. (2020). El turismo experiencial, deportes y juegos tradicionales: Nueva perspectiva para el desarrollo turístico local. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 904-919. <https://doi.org/10.35381/rkv5i10.884>
- Guzmán-Sánchez, G. M. (2019). Turismo experiencial. *RA RIÓ GUENDARUYUBI*, 2(5), 39-41. <https://doi.org/10.53331/rar.v2i5.0115>

- Hernández de la Cruz, A. L. (2024). Turismo sustentable vs turismo sostenible: Un análisis conceptual para reflexionar sobre una práctica turística responsable. *UNODIVERSO-Revista de Complejidad en Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(4), 1-24. <https://doi.org/10.54188/UD/04/A/09>
- Instituto Español de Turismo. (1984). El papel del turismo en la estructura económica española: Región del Estrecho de Gibraltar. *Estudios Turísticos*, (81), 3-19. <https://estudiosturisticos.tourspain.es/index.php/ET/article/view/450>
- Instituto Español de Turismo. (1979). Estudio de motivaciones para el turismo en España: 1977-1978. *Estudios Turísticos*, (61-62), 11-206. <https://doi.org/10.61520/et.61-621979.364>
- James, D. (2023). Indicador local de turismo sostenible. *Estudios Turísticos*, (161-162), 219-230. <https://doi.org/10.61520/et.161-1622004.1205>
- Martín Martín, V., Galmes Cerezo, M. y Retamosa Ferreiro, M. (2023). La comunicación experiencial como estrategia creativa para promocionar los eventos turísticos españoles. *Revista De Ciencias De La Comunicación E Información*, 28, 77-98. <https://doi.org/10.35742/rcci.2023.28.e283>
- Naranjo Armijo, F. G., Valderrama Bonilla, V. J. y Parrales Verduga, D. J. (2024). Turismo sostenible para la conservación de ecosistemas y biodiversidad en las Islas Galápagos. *Revista Científica Kosmos*, 3(2), 95-112. <https://doi.org/10.62943/rck.v3n2.2024.111>
- Nieto Mejía, A. (2025). El pasaje comercial Hernández y su configuración como destino turístico emergente: Usos patrimoniales, tensiones y conflictos. *Ateliê Geográfico*, 18(3), 68-94. <https://doi.org/10.5216/ag.v18i3.79114>
- Rosero Ordoñez, S. L. (2025). Bogotá emocional y digital: sensibilidades urbanas. *Revista de Ciencias Sociales y humanas Universitas XXI*, 42, 15-35. <https://doi.org/10.17163/uni.n42.2025.01>
- Saporito, R. (2024). Turismo experiencial: Turismo Starlight en las Islas Canarias (La Palma y Tenerife). *ROTUR-Revista de Ocio y Turismo*, 18(2), 1-23. <https://doi.org/10.17979/rotur.2024.18.2.10203>
- Soto de Anda, L. Á. y Cruz Jiménez, G. (2025). Deshumanización y desigualdad en la práctica turística. Retos y alcances para un turismo sostenible en Latinoamérica. *Espacios Públicos*, 26(64), 67-83. <https://doi.org/10.36677/espaciospublicos.v26i64.25654>
- Suárez Barros, A. Y. (2024). Turismo comunitario y sostenible: Una revisión de iniciativas exitosas en países en desarrollo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinaria*, 8(5), 8469-8494. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14253
- Unidad de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía. (2023). Indicadores sobre turismo y sostenibilidad en los destinos: Una aproximación desde Andalucía. *Estudios Turísticos*, (172-173), 131-139. <https://doi.org/10.61520/et.172-1732007.1007>