



TURyDES

TURISMO Y DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE

ISSN: 1988-5261

VOL 16 N° 34 JUNIO 2023

TURyDES es una revista académica de formato electrónico y de aparición semestral, ISSN 1988-5261, editada y mantenida por Servicios Académicos Intercontinentales SL. Cuenta con revisión por pares y revisión por pares ciego, el artículo es enviado a una o más personas. Los revisores no conocen los datos de los autores y éstos no conocen los datos de los revisores.

Misión

El Equipo Editorial de TURyDES ofrece esta revista como instrumento de investigación del turismo como factor clave para el desarrollo sustentable en Iberoamérica.

Para ello:

Favorece el intercambio académico a través de la apertura de un espacio crítico, científico, constructivo, reflexivo y de comprensión de los fenómenos turísticos.

Estimula la transferencia de buenas prácticas en las materias de turismo sustentable.

Provee una base de datos especializada para los hacedores de políticas públicas vinculadas al turismo y el desarrollo.

Comunica al sector privado los beneficios técnico-productivos generados a partir de las estrategias de turísticas para el desarrollo sustentable especialmente en iberoamerica.

Objetivos

Promover el estudio y la investigación del turismo en Iberoamérica y su efecto sobre el desarrollo local y el medio ambiente a partir del trabajo en redes.

Crear un foro de discusión a través del cual incentivar los intercambios entre investigadores, analistas, especialistas, profesores y alumnos.

Establecer un espacio de reunión para todos los investigadores, analistas, especialistas, profesores y alumnos; a través del desarrollo de nuevas herramientas del entorno virtual, en su relación con la producción académica en la materia.

@ Editorial: Servicios Académicos Intercontinentales S.L. B-93417426, Málaga, España.

@ Los autores de las colaboraciones son responsables de los contenidos expresados en los mismos.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

Director

Dr. Antonio Nadal Masegosa, Universidad de Málaga, España.

https://www.researchgate.net/profile/Antonio_Nadal

<https://orcid.org/0000-0002-2788-0058>

Responsable Editorial

Lisette Villamizar Moreno

Administradora de Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

lisette@eumed.net / eumednet@gmail.com

Comité Científico

Jorge Olcina Cantos, Universidad de Alicante, España,

<https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Olcina-2>.

Alfonso Vargas Sánchez, Universidad de Huelva, España, <https://orcid.org/0000-0003-0588-8654>.

Carlos Hernández Fernández, Universidad de La Laguna, España, <https://orcid.org/0000-0001-9460-8073>.

José Pablo Abeal Vázquez, Universidade da Coruña, España, <https://orcid.org/0000-0001-9267-2450>.

António Rodrigues, Instituto Superior de Educação e Ciências, Portugal, <https://orcid.org/0000-0001-5550-5581>.

Carlos Ruz Saldívar, Universidad Veracruzana, México, <https://orcid.org/0000-0002-0765-9313>

Letícia Peret Antunes Hardt, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Brasil, <https://orcid.org/0000-0002-6661-0050>.

Bi Jingling, Universidad Normal de Nanjing, China, <http://schools.njnu.edu.cn/sflc/person/jingling-bi>

Jorge Enrique Chaparro Medina, Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia, https://www.researchgate.net/profile/Jorge_E_Chaparro_Medina.

Aldair Oliveira de Andrade, Universidade Federal do Amazonas, Brasil, <https://orcid.org/0000-0001-5205-9766>.

Gustavo Ballesteros Pelegrín, Universidad de Murcia, España, <https://orcid.org/0000-0001-8428-8379>.

Reinaldo Giraldo Diaz, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia, <https://orcid.org/0000-0002-6221-9468>.

Abraham Bernárdez-Gómez, Universidad de Murcia, España, <https://orcid.org/0000-0003-1862-5554>.

Marcelo Rabelo Henrique, Universidade Federal de São Paulo, Brasil, <https://orcid.org/0000-0002-5940-4267>.

Benjamín Castillo Osorio, Universidad Nacional de Colombia- Medellín, Colombia, <https://orcid.org/0000-0003-1949-1009>.

Sergio Reyes Corredera, Universidad de Málaga,
España, <https://www.researchgate.net/profile/Sergio-Reyes-Corredera>

Jorge Chauca García. Universidad de Málaga,
España, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=818546>

Concepción Francos Maldonado, Universidad de Oviedo, España, <https://orcid.org/0000-0003-4425-5251>

Elisabel Chaves Guerrero, Universidad de Málaga, España,
<https://www.researchgate.net/profile/Elisa-Chaves-Guerrero-2>



T A B L A D E C O N T E N I D O

Ecoturismo, teoría y práctica: diferentes miradas en la Chapada das Mesas Pole (MA). **01**
Celso Maciel de Meira, Elizabete Sayuri Kushano, Bruno de Souza Lima, Thamires Barroso Lima.

Inventario participativo de los recursos gastronómicos tradicionales de Amatlán de Cañas (Nayarit, México), como base para el diseño de una ruta de gastronomía tradicional. **24**
Wendy Guadalupe Carvajal Hermosillo, Jorge Hammurabi López Murillo , Juan Pablo Ramírez Silva.

Encuestas de clima laboral, recursos humanos y objetivos departamentales. **43**
Yolanda Esquitino del Río.

Ecoturismo, teoria e prática: diferentes visões no Polo Chapada das Mesas, Maranhão, Brasil.

Celso Maciel de Meira

Mestre em Tecnologia
Prof. do Eixo Tecnológico de Turismo, Hospitalidade e Lazer do
Instituto Federal de Ciência a Tecnologia do Maranhão
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5988-9559>
celsotour@gmail.com

Elizabete Sayuri Kushano

Doutora em Geografia.
Profa. do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da
Universidade Federal do Paraná
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3076-3514>
xsayurix@gmail.com

Bruno de Souza Lima

Doutor em Geografia
Prof. do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade
Estadual de Mato Grosso do Sul
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2469-8226>
bruno_mxSL@hotmail.com

Thamires Barroso Lima

Prof. do Eixo Tecnológico Ambiente e Saúde
Instituto Federal de Ciência a Tecnologia do Maranhão
<https://orcid.org/0000-0003-3417-4781>
thamiresbloc@gmail.com

RESUMO

Historicamente, a relação entre teoria e prática foi objeto de estudo em diversas áreas e inquietação de pesquisadores. Nesse sentido, o presente artigo abordou o segmento de ecoturismo, tendo como objetivo analisar os conceitos de ecoturismo, citados na literatura contemporânea, bem como a visão de agentes de turismo receptivo, que comercializam produtos e serviços ecoturísticos na região turística “Polo Chapada das Mesas”, no sul estado do Maranhão, região nordeste do Brasil. Quanto aos métodos utilizados, aplicou-se técnicas da pesquisa exploratória, com abordagem *quali-quantitativa*. Para a coleta de dados, utilizou-se um questionário direcionado aos referidos agentes, do município de Carolina-MA. Os resultados da pesquisa revelaram que, ao se analisar a compreensão sobre o ecoturismo dos agentes locais, constatou-se que há um distanciamento de suas práticas em relação aos conceitos de ecoturismo, uma vez que, para além daqueles que desconhecem aspectos basilares e práticos desse segmento, os agentes que afirmaram realizar atividades de educação ambiental, cumprir certificações, estabelecer relações com a comunidade local, demonstram certa incompreensão ao detalhar suas atuações. Assim sendo, nota-se a necessidade de aproximação de pressupostos teóricos de ecoturismo e suas aplicações práticas, possibilitando aos agentes oferecer atividades ecoturísticas genuínas.

Palavras-chave: Agências de Turismo Receptivo, Conservação Ambiental, Patrimônio Natural, Educação Ambiental, Interpretação Ambiental.

Ecoturismo, teoría y práctica: diferentes miradas en el Polo Chapada das Mesas, Maranhão, Brasil.

RESUMEN

Históricamente, la relación entre teoría y práctica ha sido objeto de estudio en varias áreas, y preocupación de los investigadores. En este sentido, este artículo abordó el segmento del ecoturismo, con el objetivo de analizar sus conceptos, citados en la literatura contemporánea, así como la visión de los agentes de turismo receptivo, que venden productos y servicios ecoturísticos en la región turística "Polo Chapada das Mesas", en el estado sureño de Maranhão, noreste de Brasil. En cuanto a los métodos utilizados, se aplicaron técnicas de investigación exploratoria, con un enfoque *cuali-cuantitativo*. Para la recolección de datos, se utilizó un cuestionario a los agentes antes mencionados, del municipio de Carolina-MA. Los resultados de la investigación revelaron que, al analizar la comprensión del ecoturismo de los agentes locales, se encontró que existe un distanciamiento de sus prácticas en relación a los conceptos de ecoturismo, ya que, además de aquellos que no conocen aspectos básicos y prácticos de este segmento, los agentes que afirmaron realizar actividades de educación ambiental, cumplen con certificaciones, establecen relaciones con la comunidad local, demostrando incompreensión al detallar sus acciones. Por lo tanto, se señala la necesidad de aproximar los supuestos teóricos del ecoturismo y sus aplicaciones prácticas, permitiendo a los agentes ofrecer actividades ecoturísticas genuinas.

Palabras clave: Agencias de Turismo Receptivo, Conservación del Medio Ambiente, Patrimonio Natural, Educación ambiental, Interpretación ambiental.

Ecotourism, theory, and practice: different views on *Polo Chapada das Mesas, Maranhão, Brasil.*

ABSTRACT

Historically, the relationship between theory and practice has been the object of study in several areas and the concern of researchers. This article addressed the ecotourism segment to analyze the concepts of ecotourism mentioned in the contemporary literature, as well as the vision of receptive tourism agents who commercialize ecotourism products and services in the tourist region "*Polo Chapada das Mesas,*" in the southern state of Maranhão, in the northeast region of Brazil. As for the methods, exploratory research techniques were applied using a *quali-quantitative* approach. For data collection, a questionnaire directed to these agents from the municipality of Carolina-MA, was used. The research results revealed that, when analyzing the understanding of ecotourism by local agents, there was a difference between theory and the practices concerning the concepts of ecotourism, since, in addition to those who are unaware of fundamental and practical aspects, in this segment, agents who claimed to carry out environmental education activities, comply with certifications, and establish relationships with the local community, showing a certain incomprehension when detailing their actions. Therefore, ecotourism needs to align its theoretical assumptions with its practical applications, enabling agents to offer genuine ecotourism activities.

Keywords: Receptive Tourism Agencies, Environmental Conservation, Natural Heritage,

Environmental education, Environmental Interpretation.

INTRODUÇÃO

As últimas décadas do século XX e o início do século XXI evidenciam as crescentes discussões acerca da problemática ambiental e, conseqüentemente, de possíveis caminhos a serem seguidos para sua mitigação. No caso da atividade turística, o segmento do ecoturismo apresenta-se como uma destas possibilidades de estimular atividades que tragam menores danos aos ambientes em que o turismo é desenvolvido. Nesta concepção, a presente discussão tem como premissa reflexões e análises acerca do ecoturismo e suas práticas no município de Carolina, tendo como base a compreensão dos atores que o desenvolvem, quais sejam, os agentes de viagens locais.

Em relação ao conceito de ecoturismo, conforme Soldateli (2005) e Lima (2021), para que atividades nesse sentido sejam desenvolvidas de maneira plena, se faz necessário incorporar os princípios da sustentabilidade, levando em consideração o fato de que este segmento do turismo deva priorizar a interpretação e o contato com a natureza. Percebe-se que, o conceito de ecoturismo mantém relação com a preocupação do mínimo impacto ao desenvolver suas atividades.

Estes princípios, de acordo com Ceballos-Lascuráin (1996) e Lee & Iwasa (2020), estariam ligados aos seguintes aspectos: promover o estímulo acerca da ética ambiental; adequar-se em uma política de não degradação dos recursos; orientar a atividade em torno do ambiente e não do homem; promover benefícios para a vida selvagem e ao ambiente onde as práticas são desenvolvidas; propiciar o encontro do praticante com o ambiente natural e elementos culturais; integrar as comunidades locais no desenvolvimento, organização e práticas das atividades. Ainda, de acordo com Ceballos-Lascuráin (1996), a satisfação dos praticantes do ecoturismo é medida em função da educação e apreciação proporcionada ao longo das atividades, fato que, pressupõe que este tal público envolvido possua uma preparação prévia acerca dos temas envolvidos na prática deste segmento.

Para Bautista & Yáñez (2017) e Ilizaliturri (2017), o ecoturismo apresenta-se como uma atividade capaz de estimular processos de desenvolvimento local, propiciando o desfrute e conservação de uma região turística.

No polo turístico “Chapadas das Mesas”, dada suas características fitofisionômicas, as atividades turísticas, com vistas ao ecoturismo, vêm sendo ofertadas de maneira expressiva pelas agências receptoras locais. Posto isso, ressalta-se que, em determinados destinos, não raramente, a oferta deste segmento apresenta dúvidas sobre o atendimento dos elementos elencados em seu conceito. Nesse sentido, surgiram algumas inquietações aos pesquisadores participantes deste projeto a partir da seguinte pergunta: qual compreensão dos agentes de turismo receptivo do município de Carolina sobre as atividades práticas no âmbito do segmento

de ecoturismo?

Diante de tal indagação, a presente discussão tem por objetivo analisar como os agentes de turismo receptivo do município de Carolina compreendem as atividades ecoturísticas desenvolvidas, de maneira a relacionar suas práticas de acordo com a literatura específica. Além disso, busca-se ainda caracterizar as agências de turismo do município de Carolina-MA, sul do estado do Maranhão, região nordeste do Brasil. Para tais discussões, ressalta-se que, com vistas a analisar a relação entre teoria e prática, buscou-se utilizar autores/referenciais que remetem a produções das últimas décadas, os quais constituem relevantes fundamentos, considerados clássicos, sobre e acerca dos conceitos e práticas de ecoturismo. A justificativa para essa pesquisa aplicada, está na importância dos agentes, pois conforme Swarbrooke (2000, p. 103), “as operadoras de viagens são o ponto de partida para formas mais sustentáveis de turismo”.

Sobre a estrutura da exposição do artigo, além da seção introdução, encontra-se sequencialmente: “o que se entende por ecoturismo” e “conflitos na apropriação do mercado sobre o ecoturismo”, que fazem parte da fundamentação teórica da pesquisa, posteriormente, os procedimentos metodológicos e na sequência, verifica-se a seção que traz a caracterização das empresas e os resultados e discussões. Por fim, observa-se as conclusões e referências.

O QUE SE ENTENDE POR ECOTURISMO

O turismo, enquanto fenômeno social e atividade econômica, ao longo dos anos, têm se apresentado como uma maneira de contrapor a rotina e tensões exercidas pelo cotidiano das pessoas, na maioria das vezes, atrelado às condições de trabalho e demais obrigações diárias. Nesse contexto, o contato com a natureza surge como uma forma de se desligar, mesmo que de maneira temporária dos ambientes urbanos e, assim, promover uma espécie de “retorno às origens” ao dispor de horas ou dias em ambientes diferentes dos característicos da rotina das grandes cidades.

De acordo com McKercher (2002), as atividades turísticas realizadas em ambientes naturais se projetam como práticas exponenciais, dentre as quais estão englobadas atividades ligadas ao ecoturismo, turismo de aventura, turismo educacional, dentre outras possibilidades que possuem na natureza o seu “*locus*” de atuação.

O interesse global por temas ambientais fez crescer o desejo das pessoas de experimentar novas e incomparáveis atrações ao ar livre. O anseio por um estilo de vida mais saudável instigou os turistas a abandonar as tradicionais férias de sol, areia e mar por alternativas mais movimentadas [interativas]. Os viajantes bem informados estão de olho em atividades mais significativas; a expectativa dos viajantes sofisticados é de que suas férias correspondam às necessidades pessoais da mais alta ordem. (Mckercher, 2002, p.17).

Nesse sentido, o ecoturismo se apresenta como uma dessas possibilidades de contato com os ambientes naturais, propondo não apenas o contato com a natureza, mas compreendê-

la e estimular a importância de sua conservação e fruição por meio da prática turística.

O termo "ecoturismo" teve sua origem na década de 1960 do século passado. Foi utilizado para "explicar o intrincado relacionamento entre turistas e o meio ambiente e culturas nos quais eles interagem" (Hetzer, 1965 apud Fennell, 2002, p. 42).

Para Wearing & Neil (2001), "Hector Ceballos-Lascurain é amplamente reconhecido como o primeiro a usar o termo ecoturismo. Em 1981 Ceballos-Lascurain começou a usar o termo espanhol Turismo Ecológico para designar essa forma de turismo. Então, em 1983 o termo se reduziu para ecoturismo" (p. 5).

Na visão de Soldateli (2005), para que o conceito de ecoturismo seja desenvolvido de maneira plena, é necessário incorporar os princípios da sustentabilidade, levando em consideração o fato de que, este segmento do turismo deva priorizar a interpretação e o contato com a natureza. Nesse contexto, percebe-se que, o conceito de ecoturismo mantém relação com a preocupação do mínimo impacto ao desenvolver suas atividades.

Estes princípios do ecoturismo, de acordo com Ceballos-Lascurain (1996), estariam ligados aos seguintes aspectos: promover o estímulo acerca da ética ambiental; adequar-se em uma política de não degradação dos recursos; orientar a atividade em torno do ambiente e não do homem; promover benefícios para a vida selvagem e ao ambiente onde as práticas são desenvolvidas; propiciar o encontro do praticante com o ambiente natural e elementos culturais; integrar as comunidades locais no desenvolvimento, organização e práticas das atividades. Ainda, de acordo com o autor, a satisfação dos praticantes do ecoturismo é medida em função da educação e apreciação proporcionada ao longo das atividades, fato que, pressupõe que este tal público envolvido possua uma preparação prévia acerca dos temas envolvidos na prática deste segmento.

O ecoturismo, de acordo com as Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo (Brasil, 1994), publicadas pelo Ministério da Ciência e Tecnologia e pelo Ministério do Meio Ambiente em parceria com a EMBRATUR e o IBAMA, é um segmento turístico "que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações". Nesta concepção, autores como Diaz-Christiansen, Pérez-Gálvez & Correa (2017), Dowling & Newsome, (2018), Guerrero et al. (2020), Tomić et al., (2021) e Hasana et al. (2022) têm estabelecido discussões sobre a conceituação de ecoturistas, motivações e suas relações com os ambientes visitados.

Sobre tal conceituação, Urry (2001) indica que, o turismo praticado no ambiente natural, principalmente quando ligado a termos como "turismo verde" ou "ecoturismo", geralmente está associado aos princípios conservacionistas, visando sustentabilidade da atividade em prol das futuras gerações. O viés de conservação relacionado com essas práticas

turísticas estaria ligado a promoção da ética ambiental, a não degradação do recurso, preocupação com o ambiente, o benefício da vida selvagem, a promoção do encontro com o ambiente natural e cultural, bem como envolver as comunidades locais, conforme indica Ceballos-Lascuráin (1996).

Portanto, nota-se que, o ecoturismo não preza apenas pela conservação dos ambientes naturais em seu aspecto físico, mas sim que, considera também para a importância do aspecto cultural nas atividades, as quais primam pelo bem-estar e manutenção das culturas existentes nos diferentes destinos, propiciando que as comunidades locais de tais destinos possam ser incorporadas às práticas do ecoturismo.

Do ponto de vista da sustentabilidade, Wearing e Neil (2001, p. 10), recomendam ao ecoturismo quatro elementos fundamentais para sua concepção, visando sua sustentabilidade. O primeiro ponto a ser observado é a noção do movimento ou a viagem de um lugar para outro. Este movimento característico do turismo deve ser essencialmente em ambientes naturais, considerando que o ecoturismo tem na natureza sua razão de existir.

Em segundo lugar, considera o ambiente como base para a atividade ecoturística, ou seja, qualquer forma de turismo que não tiver em foco a experiência e as vivências do ambiente que se visita não pode ser considerada ecoturismo. Tal concepção ressalta o deslocamento do homem para áreas que possuam menores índices de intervenções, possibilitando uma melhor compreensão e interação com os ambientes visitados (Wearing e Neil, 2001).

Destarte, é considerado prática da atividade aquelas que buscam estudar, desfrutar ou prestar ajuda voluntária ao ambiente visitado, e, também, o envolvimento das pessoas que vivem no entorno de uma área ecoturística, buscando atender suas necessidades, respeitando sua cultura e relacionamento harmonioso com o meio ambiente.

Além disso, pode-se considerar prática do ecoturismo as viagens que auxiliam o meio ambiente natural reabilitando áreas degradadas. Como, por exemplo, tem-se as viagens para auxílio de limpeza nos vazamentos de petróleo, limpeza de rios e no auxílio às comunidades ribeirinhas, visto que assim há uma contribuição clara tanto para ambiente como para as comunidades autóctones que vivem no seu entorno.

Como terceiro ponto, indica-se que o ecoturismo é considerado indutor da conservação. Contrapondo o turismo massivo, que segrega e extingue culturas e ecossistemas. O ecoturismo nasceu com o objetivo de levar pequenos grupos às áreas naturais ou de proteção, com um mínimo de impacto sobre os ambientes físico, social e cultural. Além de buscar conservar, o ecoturismo traz a ideia de contribuição para o futuro sustentável da destinação turística, o que ocorreria na forma de retorno econômico ou assistência voluntária (Wearing e Neil, 2001).

De acordo com Swanson (1992), “o ecoturismo apresenta a possibilidade de promover a conservação dos recursos naturais por meio da crescente consciência das pessoas para a importância desses recursos” (p. 2), o que implica na inclusão da noção de conservação na definição de ecoturismo.

A quarta ideia a ser considerada, desta vez como definição para o ecoturismo, seria que este segmento turístico possua um papel educativo. O ecoturista busca experiências mais significativas com a natureza. Dessa forma, sua ênfase recai sobre a apreciação, educação e interpretação da natureza, explicando os conceitos, significados e inter-relacionamento com os fenômenos naturais. O ambiente natural é peça chave para a satisfação de uma necessidade educacional na qual o ponto de aprendizagem é a interação do homem com o meio (Wearing e Neil, 2001).

Entretanto, espera-se que as destinações e empresas ofertantes de produtos e serviços ecoturísticos atinjam um nível de conhecimento e que se compartilhe esse conhecimento com os turistas, em geral por meio de técnicas de gestão relacionadas às preconizações supracitadas.

Ademais, a gestão responsável dos recursos naturais e o respeito à preservação da identidade cultural de populações nativas tem servido de instrumento de pressão aos anseios e necessidades de desenvolvimento de muitos países, regiões e comunidades. Nesse sentido, as comunidades locais têm a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos sobre a região, usos e costumes. Estimulando, assim, a apreciação renovada da singularidade de suas próprias tradições culturais.

CONFLITOS NA APROPRIAÇÃO DO MERCADO SOBRE O ECOTURISMO

Os movimentos ambientalistas, iniciados em meados dos anos de 1960, realizados em prol das discussões sobre as problemáticas que vinham (e ainda vêm) causando impactos aos diferentes ambientes do globo, estimularam uma série de debates visando propor soluções para as diferentes problemáticas, quais sejam: a fome, os desmatamentos, a exploração de trabalho infantil, a contaminação dos recursos hídricos, dentre outras.

No bojo dessas discussões, um conceito foi fortemente estimulado em 1972, na Conferência de Estocolmo: o desenvolvimento sustentável. A disseminação deste conceito abarcou diversos segmentos econômicos, dentre os quais, o turismo. Nesse sentido, uma das formas de estimular ações com vistas à sustentabilidade na atividade turística foi por meio do ecoturismo, atividade que se considera ter princípios nos horizontes do desenvolvimento sustentável.

A partir destas discussões, observou uma crescente procura por destinos ecoturísticos, bem como aumentaram a oferta de atividades ligadas ao segmento. Além disso, a possibilidade do desenvolvimento do ecoturismo enquanto atividade com apelo sustentável em

unidades de conservação ampliaram a importância do desenvolvimento de tais atividades.

Acredita-se que a grande problemática desta expansão foi o considerável valor econômico atribuído ao ecoturismo, fato que culminou no uso indiscriminado da atividade em relação ao conceito. Em outros termos, com razoável certeza, pode-se afirmar que muitas atividades vêm sendo desenvolvidas sob a nomenclatura do ecoturismo, todavia, não apresentam os requisitos para serem consideradas como tais.

Esta reflexão tem como base o fato de que, o turismo em ambientes naturais nem sempre possui como principal motivação a conservação das áreas onde ocorre. Nesse sentido, Azevedo (2003) aponta ser equivocado tratar todas as modalidades de turismo que ocorrem na natureza enquanto atividades que visem à conservação, tal qual acontece no ecoturismo, por exemplo. É importante ressaltar que, o turismo de maneira geral, deve (ou deveria) primar pela minimização de impactos negativos seja qual for o segmento em questão, entretanto, o ecoturismo é estabelecido como um segmento permeado por princípios e filosofias que estabelecem seu caráter conservacionista.

Reforçando o exposto acima, Eichenberg (2013) lembra que, com exceção ao ecoturismo, o desenvolvimento das demais atividades em ambientes naturais, não necessariamente são tomadas pelas concepções da sustentabilidade. Exemplo deste fato é o turismo de aventura, o qual apesar da interação com a natureza possui outras intencionalidades em sua prática, como a busca por riscos controlados e a superação do medo, por exemplo. Sendo assim, o autor salienta que enfoques diferentes na interação entre a prática turística na natureza podem distanciar ou aproximar do mínimo impacto e da sustentabilidade.

A respeito dessa problemática, Soldateli (2005) fortalece a discussão do tema chamando atenção para dois pontos. O primeiro é o fato de que nem sempre as atividades em contato com a natureza possuem o mesmo interesse pela conservação que o ecoturismo, ou seja, o turismo de maneira geral pode primar por uma série de interesses os quais não necessariamente estejam atrelados em um primeiro plano a sustentabilidade da atividade. O segundo ponto é o fato de que, o ecoturismo vem sendo cada vez mais promovido em função de seu grande apelo comercial, fato que, em muitos casos, descaracterizando totalmente as atividades ecoturísticas tendo como base seus princípios e conceitos.

Nota-se que, tais concepções acerca do segmento de ecoturismo, estaria em muitas ocasiões, o descaracterizando e, assim, deixando de lado seu caráter conservacionista, característica que fundamenta sua prática. Este equívoco no trato da atividade ecoturística possui relação com o “modismo” de sua prática, instigando seus participantes pelo fato de serem atividades em voga. Esta visão pode colocar em risco os ambientes onde estas práticas vêm sendo realizadas, tendo em vista o fato de que, geralmente são exercidas em ambientes frágeis (Lima, 2017).

Contraponto esta vulgarização do conceito de ecoturismo, Soldateli (2005) ressalta que, para que esse segmento ocorra, é de suma importância a adoção dos princípios da sustentabilidade, uma vez que, seu desenvolvimento possui ligação com o contato e a interpretação da natureza. Nesse sentido, o ecoturismo, possui no cerne de seu conceito a preocupação com o mínimo impacto ao longo das práticas de suas atividades.

Ressaltando sobre a importância do ecoturismo enquanto segmento, este é considerado algo tão específico que, para Silva (2006), o trata como uma tipologia não é possível, visto que, este possibilita agregar outras tipologias dentro do conceito ecoturístico, as quais possam ser consideradas inclusive aquelas que não possuem exclusivamente a natureza como sua matéria-prima, como por exemplo, a contemplação de aspectos culturais.

Com relação as atividades ligadas ao ecoturismo, Boo (1990) indica que, estas podem compreender desde simples passeios em parques, bosques até a vista e contemplação de áreas remotas que apresentem características únicas. De maneira geral, no ecoturismo, destacam-se as atividades ligadas a interpretação ambiental dos ambientes designados para suas práticas, as quais têm aumentado consideravelmente enquanto *hobby* para as pessoas e, conseqüentemente, ampliando a quantidade de praticantes destas atividades.

Na visão de Galvão (2004), só pode ser considerado ecoturista, o praticante que ativamente possua a preocupação com a conservação e interpretação da natureza, de maneira que, ao praticar as atividades propostas pelo segmento, haja de maneira a auxiliar no desenvolvimento e manutenção do local em que esteja visitando, buscando não apenas vivenciar sua prática, mas que possa assim entender os processos que envolvam a natureza observada.

Em meio a essas discussões, Silva (2006) chama a atenção para o fato de que, efetivamente, são poucos os locais no Brasil que desenvolvem uma prática do ecoturismo “pura”, ou seja, que abarque de maneira plena todos os princípios e as filosofias do segmento. Segundo o autor, toda atividade realizada em ambientes naturais passou a ser indiscriminadamente designada como ecoturismo. Sendo assim, ressalta-se a importância para as especificidades da atividade ecoturística em detrimento as demais atividades realizadas em ambientes naturais.

No Brasil, percebe-se cada vez mais o crescimento de deslocamentos para destinos ligados às áreas naturais, como por exemplo: balneários, áreas rurais ou outros locais remotos, que possuem em comum um grau mínimo de conservação, e que possibilita o afastamento dos grandes centros urbanos. Sendo assim, tais deslocamentos nem sempre possuem enfoque conservacionista, acarretando uma série de impactos aos ambientes em que estas práticas ocorrem (Lima, 2017).

Verticalizando a discussão para uma perspectiva de mercado, nota-se que, a

comercialização de produtos ecoturísticos nem sempre oferecem atividades pautadas no comprometimento e realização das práticas que o conceito sugere, uma vez que, a condição econômica imediatista se sobrepõe aos aspectos sociais, ambientais e culturais da atividade. De outro lado, em oposição aos apelos exclusivamente mercadológicos, a educação ambiental seria uma importante ferramenta na tentativa de reverter esta sobreposição econômica, atuando na promoção da sustentabilidade do ecoturismo (Bueno, 2006).

Na concepção de Hintze (2012), o principal objetivo do ecoturismo-mercadoria não é o foco no ambiente, mas sim na satisfação do cliente, colocando suas necessidades e anseios em primeiro lugar, uma vez que, ele atua na atividade por meio do pagamento de serviços. Para o autor, a sobreposição do dinheiro pago pelos turistas cria a falsa impressão do tão sonhado “desenvolvimento” das comunidades locais.

Em se tratando do perfil do ecoturista, foi realizada a pesquisa Perfil do Turista de Aventura e do Ecoturismo no Brasil, 2009 (Brasil. Ministério do Turismo, 2010), que indicou alguns relevantes aspectos a serem considerados na composição da oferta turística ligada ao referido segmento. Nesta discussão, foi indicado três níveis de envolvimento dos turistas com a natureza. O primeiro, relaciona a natureza como algo “admirável”, “intocável”, “santuário”, privilegiando atividades ligadas a observação/contemplação. Em um segundo viés, a natureza é vista como algo surpreendente, passível de interação. Já o terceiro aspecto liga-se a um maior envolvimento entre turistas e comunidade local. No que tange ao sentido da viagem, a pesquisa destacou que, os turistas ligados a esse segmento buscam fugir da rotina, distanciar-se do trabalho, estresse e violência, busca por descanso e a busca pelo prazer e retorno às origens.

Em relação às questões ambientais, as políticas nesse sentido, assim como as políticas de turismo, cada vez mais atuam de maneira aproximada. No entanto, nota-se que, a concepção aplicada ao meio ambiente no que tange ao turismo continua sendo caracterizada como insumo ou recurso para o desenvolvimento de suas atividades e, conseqüentemente, tomado como mercadoria a ser explorada pelo setor, representada na conjuntura das praias, das diferentes formas de relevo, da hidrografia etc. Nesse contexto, a relação se dá em função da apropriação das paisagens para a obtenção de ganhos monetários. Dessa forma, nota-se que a natureza passa a ser observada como um objeto externo ao homem (Sansolo, 2009).

Além da apropriação da natureza enquanto produto comerciável, em muitas ocasiões outro aspecto também é deixado em segundo plano na oferta de produtos ecoturísticos: as comunidades locais. Sobre esta condição, Hintze (2012) discorreu que:

Para as comunidades receptoras, as imposições propostas pelo mercado vêm com a necessidade da adequação de seu *modus vivendi* e da adaptação de seu lugar de vida para o atendimento às demandas das operadoras e seus clientes. Uma vez que as pessoas do lugar, seus nomes, seu jeito de falar, sotaque, cultura, alimentação, artesanato tornam-se produtos ecoturísticos, eles entram na dinâmica de mercado e vêm a participar do processo da oferta e da demanda mercadológica, ou seja, da concorrência capitalista. Assim, eles passam a ser tudo, menos o que eram em seu

sentido tradicional. Estas vidas, lugares e expectativas não são mais simples fenômenos naturais ou sociais, mas produtos de uma elaboração discursiva industrial. (P. 15)

Nesse sentido, a inclusão das comunidades locais, pertencentes aos destinos designados para as práticas do ecoturismo, efetivamente, muitas vezes não ocorre. Quando muito, o envolvimento desses grupos é resumido ao uso de sua mão de obra em atividades marginais de suporte ao ecoturismo, como por exemplo: serviços gerais, manutenção de equipamentos, vigilância do atrativo, dentre outras ocupações. Uma relação desse tipo com as comunidades locais apresenta-se opostas àquelas indicadas pelos princípios e filosofias do ecoturismo, que primam pelo envolvimento direto desses grupos, tanto na gestão, quanto nas práticas das atividades relacionadas ao segmento.

Com base no exposto, a pesquisa que se segue busca estabelecer relações entre os conceitos de ecoturismo antepostos e a visão dos gestores das empresas turísticas que apresentam seus produtos e serviços como sendo ecoturísticos na Região “Polo Chapada das Mesas”.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa trata-se de uma investigação exploratória, com abordagem quantitativa e qualitativa. A pesquisa exploratória busca aperfeiçoar hipóteses, testar instrumentos tendo em vista à aproximação com o objeto de estudo e o *locus* de investigação. Em outros termos, parte de um estudo inicial no sentido da familiarização com a pesquisa (Gil, 2008).

Sobre a pesquisa quantitativa, optou-se em razão da intenção de sistematizar os resultados de forma numérica, que se refere a um método de análise dos dados que tem como escopo a objetividade, recorrendo à linguagem matemática, mensurável no sentido de revelar os resultados obtidos. Quanto à abordagem qualitativa, considera-se em função de se natureza se constituir por meio da interpretação dos dados e pela descrição destes de forma não objetiva (Gerhardt & Silvera, 2009).

Sobre o instrumento de coleta de dados, foi confeccionado um questionário em duas seções: a primeira em busca de caracterizar as agências de turismo enquanto empresas e segunda seção com o intuito de apurar concepções, que em outras palavras, visou a compreensão sobre ecoturismo, por parte dos agentes de viagem, tendo como base as abordagens teóricas sobre ecoturismo, em literatura específica. Para aplicação do questionário, foram realizados contatos prévios com os agentes de turismo a fim de detectar suas disponibilidades, com a intenção de otimizar a coleta de dados e à obtenção de respostas que expressassem a realidade concreta.

Com o intuito de respeitar as medidas de distanciamento social, devido a pandemia da COVID-19, os questionários foram aplicados por meio da plataforma Google Meet, para 33 agentes, nos meses de novembro e dezembro de 2021. Os dados coletados foram tabulados e

os gráficos desenvolvidos com aplicação dos recursos do programa Microsoft Excel.

Em síntese, o desenvolvimento da pesquisa se deu da seguinte forma: revisão do referencial teórico, identificação dos gestores do segmento de agências de turismo local, elaboração dos questionários, aplicação dos questionários, compilação, tabulação, discussões e considerações a partir dos dados obtidos.

Quanto às características da área de estudo, o Polo Chapada das Mesas, com destaque para os municípios de Carolina e Riachão, tem sido considerado como destino emergente no cenário nacional e internacional, notadamente por suas características fitofisionômicas, do bioma cerrado, dado o relevo acidentado, paisagens cênicas e diversas quedas d'água, principais motivações de fluxos turísticos.

CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS AGÊNCIAS DE TURISMO RECEPTIVO

Referente ao início das atividades das empresas: 43% iniciaram a partir do ano de 2020, 32% entre os anos de 2013 e 2019 e 25% anterior ao ano de 2012, sendo a mais recente do ano de 2021 e com mais tempo de mercado, uma agência remonta ao ano de 1987.

Sobre o tempo de experiência com o ecoturismo, 29% dos agentes têm mais de 10 anos, 18% dos agentes entre 5 e 10 anos e 29% dos agentes tem entre 1 e 5 anos.

Concernente ao nível de instrução dos agentes, 7% são formados em nível de pós-graduação e 57% possuem formação superior, em áreas distintas ao turismo e hospitalidade. Com formação em ensino médio, perfazem 29%, dentre os quais: 7 agentes responderam ter formação como técnicos em guia de turismo e 14% possuem ensino fundamental.

Em relação ao quantitativo de pessoal de cada empresa, apurou-se que 36% das agências não têm colaboradores, isto é, funcionam somente com seus proprietários. Referente às demais empresas: 32% têm dois colaboradores, 25% contam três colaboradores e 7% têm 5 colaboradores.

No tocante aos segmentos de atuação das agências, de forma majoritária, os respondentes afirmaram que ecoturismo faz parte de suas atividades. Além do ecoturismo, 25% dos agentes disseram que o turismo rural, o turismo náutico e o turismo cultural fazem parte de suas atuações de mercado.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

De maneira a organizar as respostas, os resultados dos relatos dos agentes são indicados por meio da expressão "(A nº)", de maneira que diferencie o sujeito respondente, preservando assim o anonimato dos participantes.

Referente às atividades ecoturísticas ofertadas, 28% dos agentes não souberam

responder especificamente quais atividades desenvolvem. Após o agrupamento das respostas dos demais participantes (60%), apurou-se que desenvolvem as seguintes atividades: caminhadas por meio de trilhas, visitas às cachoeiras e passeios de bicicletas. Ademais, 12% dos agentes disseram que desenvolvem:

“Turismo de experiência envolvendo os nativos da região em seu contexto cultural, trekking com desenvolvimento de apresentações da fauna e flora”. (A15)

“Trilhas, camping e experiência rural.” (A19)

“Trilhas interpretativas e visitas às cachoeiras.” (A25)

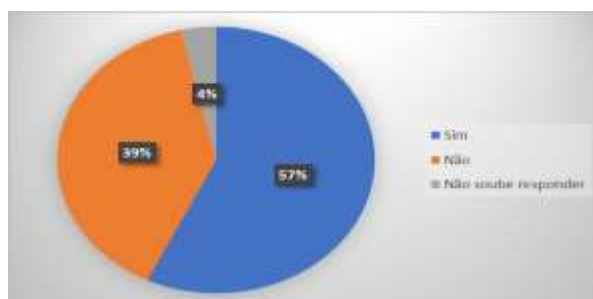
Em face ao exposto, se estabelece relações com o estudo de McKercher (2002), tendo em vista que as atividades turísticas realizadas em ambientes naturais cada vez mais se projetam como práticas exponenciais, que estão englobadas em atividades ligadas ao ecoturismo, turismo de aventura, turismo educacional, entre outras possibilidades que possuem na natureza em seu *lócus* de atuação.

Concernente ao alinhamento dos produtos e serviços ofertados às políticas de proteção ao meio ambiente, 8% dos agentes responderam que isso ocorre de forma parcial e 92% dos participantes afirmaram que os desenvolvem nessa direção. Entretanto, não detalharam de que forma suas práticas se alinham à referida política.

Outro aspecto importante no trato das atividades ecoturísticas relaciona-se com as certificações das atividades, as quais possibilitam um maior direcionamento para uma efetiva implantação do turismo responsável. Sobre certificação às atividades desenvolvidas, expõe-se o gráfico que se segue:

Figura 1:

Possuem certificação para as atividades desenvolvidas.



Fonte: dos autores (2021)

A seguir, lista-se algumas respostas dos agentes que afirmaram contar com certificações para suas atividades:

“Sim, os condutores possuem credenciais, cursos atualizados de guiamento e primeiros socorros.” (A9)

“Sim, curso promovido pelo SEBRAE, capacitação de turismo na Chapada das Mesas e condutor ambiental pelo IFMA.” (A18)

“Sim, as atividades são desenvolvidas com base no Programa Aventura Segura (Normas técnicas com base na ABNT). Não conseguimos a certificação final porque o programa do governo finalizou a formação.” (A23)

“Sim, seguimos as orientações da ISO, mas nunca pagamos para a empresa ser certificada.” (A28)

Ao analisar as respostas supramencionadas, apura-se que há incompreensões, para alguns agentes, sobre certificações para desenvolvimento de atividades ecoturísticas. No entanto, embora para outros haja compreensão sobre o assunto, apurou-se que suas atividades não são certificadas. Posto isso, constata-se como realidade a resposta de um dos agentes, que comentou sobre certificações das atividades desenvolvidas da seguinte forma:

“Não há certificações, assim como na grande maioria de agências pertencentes ao destino Chapada das Mesas”. (A3)

Referente ao desenvolvimento de programas ou práticas de educação ambiental, 75% dos agentes afirmaram que tais critérios são considerados na comercialização de seus produtos e serviços. Nesse sentido, verificou-se respostas como:

“Temos um cuidado especial com o lixo, estamos atentos ao desmatamento e com relação a queimadas”. (A3)

“Conscientizar os visitantes para não jogar lixo, não arrancar flores e não riscar as pedras.” (A12)

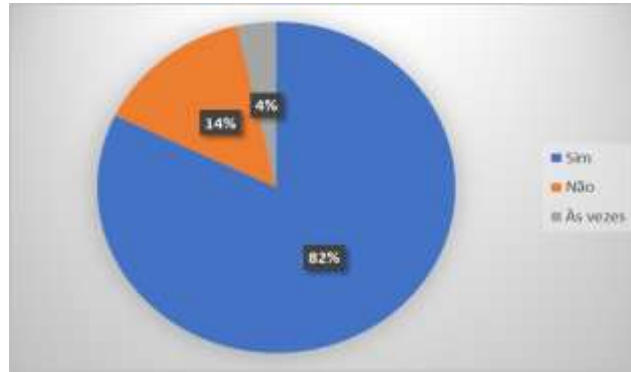
“Recolher lixos, informações, cuidados, trilhas, cuidados com a geodiversidade.” (A27)

“Cartilhas, cartão de segurança, placas com informações sobre o que levar, o que pode ou não fazer na trilha. Orientamos os turistas para não deixarem resíduos nas trilhas”. (A28)

Quatorze (14%) dos participantes da pesquisa responderam que educação ambiental faz parte do desenvolvimento de suas práticas, mas não souberam especificar quais. Somente um agente não utiliza os referidos critérios.

Figura 2 :

Uso de conteúdos relacionados à educação ambiental durante as atividades.



Fonte: dos autores (2021)

Em relação aos conteúdos, apurou-se ações pontuais relacionadas à preservação ambiental e cuidados com o lixo produzido, citadas pelos agentes como se seguem:

“Damos sempre orientações aos nossos clientes, principalmente com relação ao lixo produzido.” (A5)

“Orientação dos visitantes com relação a mínima interferência da visita no ambiente natural e inclusive o cuidado com animais silvestre.” (A5)

“Tentamos durante os passeios vamos abordando a importância dos cuidados com a preservação do meio ambiente.” (A8)

“Aconselha clientes, mas os clientes já vêm sabendo, sempre orientado, buscam sacos plásticos.” (A11)

O ecoturista busca experiências mais significativas com a natureza. Dessa forma, sua ênfase recai sobre a apreciação, educação e interpretação da natureza, explicando os conceitos, significados e inter-relacionamento com os fenômenos naturais (Wearing & Neil, 2001). Com efeito, espera-se que as destinações e empresas ofertantes de produtos e serviços ecoturísticos atinjam um nível de conhecimento e que se compartilhe esse conhecimento com os turistas, em geral por meio de técnicas de gestão relacionadas às preconizações supracitadas.

No tocante ao envolvimento da comunidade local nas atividades desenvolvidas pelas agências, noventa e dois por cento (92%) afirmaram que ocorre participação, por meio de incentivos à compra de produtos alimentícios, artesanatos e serviços:

“Em nosso trabalho nos passeios fazemos divulgação dos produtos, do artesanato, culinária etc.” (A4)

“Levando turista a casa de regionais no parque para comprar comidas típicas.” (A12)

“Com artesanato, produtos medicinais, produtos de pequenos produtores rurais”. (A19)

“Todos os colaboradores pertencem a comunidade local.” (A23)

“Contrata-se apenas moradores da comunidade.” (A28)

Para além dessas participações basilares na oferta de produtos ecoturísticos, considera-se, para real envolvimento das populações locais, a citação de Hintze (2012, p. 15):

Para as comunidades receptoras, as imposições propostas pelo mercado vêm com a necessidade da adequação de seu *modus vivendi* e da adaptação de seu lugar de vida para o atendimento às demandas das operadoras e seus clientes. Uma vez que as pessoas do lugar, seus nomes, seu jeito de falar, sotaque, cultura, alimentação, artesanato tornam-se produtos ecoturísticos, eles entram na dinâmica de mercado e vêm a participar do processo da oferta e da demanda mercadológica, ou seja, da concorrência capitalista. Assim, eles passam a ser tudo, menos o que eram em seu sentido tradicional. Estas vidas, lugares e expectativas não são mais simples fenômenos naturais ou sociais, mas produtos de uma elaboração discursiva industrial.

Nesse sentido, a inclusão das comunidades locais, pertencentes aos destinos designados para as práticas do ecoturismo, efetivamente, muitas vezes não ocorre. Quando muito, o envolvimento desses grupos é resumido ao uso de sua mão de obra em atividades marginais de suporte ao ecoturismo, como por exemplo: serviços gerais, manutenção de equipamentos, vigilância do atrativo, dentre outras ocupações. Uma relação desse tipo com as comunidades locais apresenta-se opostas àquelas indicadas pelos princípios e filosofias do ecoturismo, que primam pelo envolvimento direto desses grupos, tanto na gestão, quanto nas práticas das atividades relacionadas ao segmento.

Referente à formação às atividades ecoturísticas, 85% dos agentes responderam que, tanto eles como seus colaboradores, possuem algum tipo de qualificação. Formações como: guia de turismo regional, guia de turismo nacional, condutor e brigadistas foram mencionadas.

Sobre os atrativos onde desenvolvem suas atividades, 57% dos agentes responderam estar integrados à natureza e 43% dos agentes disseram que apenas em alguns.

Entre os agentes que consideram o ecoturismo como alternativa para minimizar os impactos da sazonalidade, verificou-se as seguintes respostas:

“No sentido de combater capaz de combater o fluxo de massa.” (A23)

“Trabalhamos com o ecoturismo tanto na alta quanto na baixa temporada e consideramos que isso pode minimizar os impactos da baixa temporada. Na baixa temporada ocorre o ecoturismo por não ter turismo de massa”. (A28)

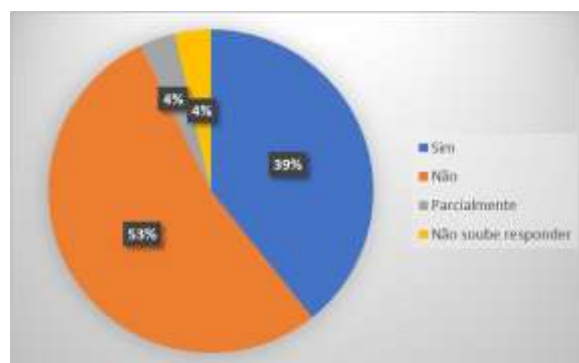
E entre aqueles agentes que não consideram o ecoturismo como alternativa para minimizar os impactos da sazonalidade, verificou-se as seguintes respostas:

“As chuvas atrapalham.” (A1)

“O ecoturismo sofre bastante com o período das chuvas, falta eventos para atrair os turistas”. (A10)

Figura 3:

Ecoturismo utilizado como alternativa para diminuir os impactos da sazonalidade.



Fonte: dos autores (2021)

Como se percebe há divergências entre aqueles agentes que consideram ou não o ecoturismo como alternativa para diminuição dos impactos da sazonalidade. Uma possível explicação para os agentes que não veem o ecoturismo como alternativa à sazonalidade, atribuindo às chuvas esse fato – quando não é possível utilizar os recursos naturais como em estação não chuvosa –, seria desconhecimento das características do ecoturista, que difere dos demais turistas, que não raramente não consideram fatores climáticos, mas sim as experiências que vivenciar no destino.

Concernente às parcerias, segundo os agentes, ocorrem, em sua maioria, por meio indicações e compartilhamentos de transporte. Nesse sentido, assim responderam:

“Quando temos clientes para algum roteiro e não temos vagas passamos para a empresa que tem disponibilidade”. (A3)

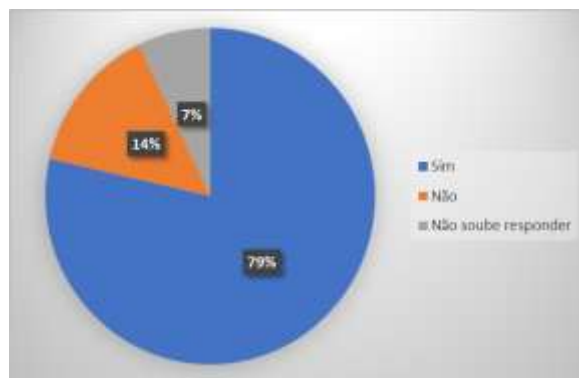
“Quando há excesso de demanda, encaixamos clientes em passeios de outras empresas”. (A9)

“Compartilhando transporte com outras agências”. (A11)

“Com indicação de clientes”. (A28)

Figura 4:

Parcerias com empresas do mesmo segmento.



Fonte: dos autores (2021)

Posto isso, depreende-se que há uma relação de cooperação entre os agentes. Tais ações vem ao encontro da gestão de suas empresas, podendo reverberar como efeitos positivos tanto à oferta como à demanda. Em resumo, minimizando custos operacionais para estes e diminuindo os preços dos serviços àqueles.

No tocante ao público atendido, em sua maioria, é formado por adultos, de classe média alta e com formação em nível superior. Além de turistas maranhenses da região sul do estado e da capital, a demanda é proveniente das regiões norte, em particular dos estados do Pará e Tocantins, e dos estados das regiões sul e sudeste.

“De 26 a 70 anos, região sudeste, classe média e alta”. (A1)

“De 20 a 60 anos, vindos de São Paulo, Rio de Janeiro e da Região Sul”. (A3)

“De 18 a 60 anos. A região mais atendida é o Pará, classe média.” (A16)

De 35 a 65 anos. De São Paulo, Rio de Janeiro, Pará e Tocantins, de classe média alta”. (A28)

Em se tratando de questões relacionadas à faixa etária e à renda dos turistas, os resultados obtidos se assemelham a outras investigações, quais sejam: na pesquisa intitulada “A Importância da Caracterização dos Visitantes nas Ações de Ecoturismo e Educação Ambiental do Parque Nacional da Serra do Cipó/MG” (Campos *et al.* 2011) e na pesquisa intitulada “Mercado e perfil do ecoturista de Diamantina (MG): um estudo introdutório” (Vieira *et al.*, 2014).

A partir das respostas sobre o entendimento dos agentes em relação ao ecoturismo, elaborou-se a nuvem de palavras a seguir:

Figura 5:

Nuvem de palavras construída a partir dos relatos dos agentes de turismo.



Fonte: <https://wordart.com/>. Dados da pesquisa (2021)

Os termos compilados, a partir das respostas dos agentes, em menor ou maior grau, remetem aos conceitos de ecoturismo. De acordo com o Ministério do Turismo “[...] o ecoturismo pode ser entendido como as atividades turísticas baseadas na relação sustentável com a natureza e as comunidades receptoras, comprometidas com a conservação, a educação ambiental e o desenvolvimento socioeconômico (Brasil, 2010, p.21).

Ademais, conforme a Política Nacional de Ecoturismo, trata-se de um “Segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações” (Brasil, 1994, p.19).

Sendo assim, percebe-se que o conceito de ecoturismo mantém relação com a preocupação do mínimo impacto ao desenvolver suas atividades nos horizontes da sustentabilidade.

Estes princípios, de acordo com Ceballos-Lascuráin (1996), estariam ligados aos seguintes aspectos: promover o estímulo acerca da ética ambiental; adequar-se em uma política de não degradação dos recursos; orientar a atividade em torno do ambiente e não do homem; promover benefícios para a vida selvagem e ao ambiente onde as práticas são desenvolvidas; propiciar o encontro do praticante com o ambiente natural e elementos culturais; integrar as comunidades locais no desenvolvimento, organização e práticas das atividades. Ainda, de acordo com o autor, a satisfação dos praticantes do ecoturismo é medida em função da educação e apreciação proporcionada ao longo das atividades, fato que, pressupõe que este tal público envolvido possua uma preparação prévia acerca dos temas envolvidos na prática deste segmento.

CONCLUSÕES

Sobre as características das empresas, são relativamente novas no mercado turístico, com pequenos elencos de profissionais, todavia com tempo de experiência no turismo e no “ecoturismo”. A maioria dos agentes possuem formação em nível superior. No tocante aos segmentos de atuação das agências, de forma majoritária, os respondentes afirmaram que ecoturismo faz parte de suas atividades.

Muito embora, a concepção sobre ecoturismo dos participantes desta pesquisa se aproxime do seu conceito, notadamente, com destaque à preservação da natureza, suas práticas distanciam-se. Isso pôde ser constatado pela incompreensão de elementos basilares do ecoturismo com vistas à aplicabilidade dos seus princípios e práticas nas atividades ofertadas como sendo ecoturísticas na área de estudo delimitada.

Por fim, apesar da premissa ‘positiva’ da inserção da sustentabilidade em diversos setores da economia, o prefixo ECO, ganhou valor econômico, passando a ser valorado enquanto sinônimo de serviços e produtos com responsabilidade e preocupação ambiental, fato que nem sempre se traduz em verdade. No turismo, a simbologia deste prefixo, em muitos casos, vem sendo explorado prioritariamente por sua valoração econômica, em detrimento às suas premissas principais: a conservação, preocupação e educação ambiental. Nota-se esta sobreposição da natureza enquanto mercadoria, fato que se agrava ainda mais por meio da exclusão da história e da cultura das comunidades inseridas nesses ambientes. Como vaticina Swarbrooke (2000), as operadoras de viagens representam um fator decisivo no sistema de turismo e, por isso, devem envolver-se no desenvolvimento de formas mais sustentáveis de turismo.

REFERENCIAS

- Azevedo, A. (2003). Turismo em áreas naturais: possibilidades, impactos e políticas. In: Panosso Netto, A. & Squinelo, A. P. (Eds.) *Reflexões em turismo – Mato Grosso e outros temas* (pp. 17-35). Editora UCDB.
- Bautista, J. J. R. & Yáñez R. C. (2017). Proyecto ecoturístico para impulsar el desarrollo local en una región rural de Jalisco, México. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 23, s. p. <http://www.eumed.net/rev/turydes/23/ecoturismo-jalisco.html>
- Boo, E. (1990). *Ecoturismo: Potenciales y escollos*. WWF.
- Brasil. (1994). *Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo*. Embratur/Ibama.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2010). *Perfil do Turista de Aventura e do Ecoturista no Brasil*. Ministério do Turismo & ABETA.

- Bueno, F. P. (2006). *As relações entre ecoturismo e educação ambiental no Pólo de Ecoturismo da Ilha de Santa Catarina (PEISC)*. 2006. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria), Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú.
- Ceballos-Lascuráin, H. (1996). *Tourism, ecotourism and protected areas: the state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. IUCN.
- Diaz-Christiansen, S., Pérez-Gálvez, J. C. & Correa, M. O. (2017): Análisis de las motivaciones hacia el ecoturismo en Ecuador. Un estudio de caso en la Isla Santay. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 22, s. p. <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/isla-santay.html>
- Dowling, R., & Newsome, D. (2018). *Handbook of Geotourism*. Edward Elgar Publisher. <https://doi.org/10.4337/9781785368868>
- Eichenberg, F. O. (2013). *Turismo de natureza no município de Jardim (MS): possibilidades e conflitos*. 148 f. Dissertação (Mestrado em Geografia), Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados.
- Fennell, D. A. (2002). *Ecoturismo: uma introdução*. Contexto.
- Galvão, J. (2004). *O processo de planejamento do turismo de natureza: Reflexões sobre a construção da política municipal de desenvolvimento sustentável do turismo de Brotas*. Dissertação (Mestrado em Geografia), Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Estadual Paulista.
- Gerhardt, T. E.; Silveira, D. T. (Orgs.). (2009). *Métodos de Pesquisa*. UFRGS.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Atlas.
- Guerrero, J. V. R., Teixeira Gomes, A. A., de Lollo, J. A., & Moschini, L. E. (2020). Mapping potential zones for ecotourism ecosystem services as a tool to promote landscape resilience and development in a Brazilian Municipality. *Sustainability*, 12(24), 10345. <https://doi.org/10.3390/su122410345>
- Hasana, U., Swain, S. K., & George, B. (2022). A bibliometric analysis of ecotourism: A safeguard strategy in protected areas. *Regional Sustainability*, 3(1), 27-40. <https://doi.org/10.1016/j.regsus.2022.03.001>
- Hintze, H. C. (2012). *Considerações críticas sobre cultura de consumo, ecoturismo e educação ambiental*. In: VI Encontro Nacional das ANPPAS - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade, 2012, Belém. Anais digitais - VI ENANPPAS.
- Lee, J.H., Iwasa, Y. (2020). Ecotourism development and the heterogeneity of tourists.

- Ilizaliturri, A. A. H. (2017). Estrategias de transformación de una economía tradicional excluida a una economía asociativa basado en el ecoturismo como estrategia de desarrollo sustentable para zonas marginadas: Caso zona semiárida de Tamaulipas, México. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 22, s. p. <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/ecoturismo-tamaulipas.html>
- Lima, B. S. (2017). *Paisagens da Serra de Maracaju e suas potencialidades para o turismo de natureza*. 2017. 316 f. Dissertação (Mestrado em Geografia), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados.
- Lima, B. S. (2021). *Ícones de paisagem de Mato Grosso do Sul: análise funcional e de qualidade visual para o Turismo de Natureza*. 2021. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal da Grande Dourados.
- Mckercher, B. (2002). *Turismo de Natureza: Planejamento e Sustentabilidade*. Contexto.
- Sansolo, D. (2009). Centralismo e participação na proteção da natureza e desenvolvimento do turismo no Brasil. In: Bartholo, R., Sansolo, D. & Bursztyn, I. *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras* (pp. 122-142). Letra e Imagem.
- Silva, C. A. (2006). *Análise sistêmica, turismo de natureza e planejamento ambiental de Brotas: proposta metodológica*. 2006. 270 f. Tese (Doutorado) - Curso de Geografia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- Soldateli, M. (2005). Impactos Ambientais Negativos no Contexto do Turismo de Natureza. In: Trigo, L. G. G., Panosso, A. y Carvalho, M. A. (Eds.), *Análises regionais e globais do turismo brasileiro* (pp. 517-535). Roca.
- Swanson, M. A. (1992). *Ecotourism: embracing the new environmental paradigm*. IUCN: Anais do 4º Congresso de Parques Nacionais e Áreas Protegidas.
- Swarbrooke, J. (2000). *Turismo sustentável: gestão e marketing, vol, 4. Trad. Esteher Eva Horovitz*. Aleph.
- Tomić, N., Sepehriannasab, B., Marković, S. B., Hao, Q., & Lobo, H. A. S. (2021). Exploring the preferences of Iranian geotourists: case study of shadows Canyon and Canyon of Jinns. *Sustainability*, 13(2), 798. <https://doi.org/10.3390/su13020798>
- Urry, J. (2001). *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. Tradução Carlos Eugênio Marcondes de Moura*. 3ª ed. Coleção megalópolis – São Paulo. Sudio Nobel, SESC.

Vieira, G. D., Scalco, R. F., Medaglia-Silveira, J. & Silveira, C. E. (2014). Mercado e perfil do ecoturista de Diamantina (MG): um estudo introdutório. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 7(3), 482-499. <https://doi.org/10.34024/rbecotur.2014.v7.6378>

Wearing, S. & Neil, J. (2001). *Ecoturismo, potencialidades e possibilidades*. Brasileira.

Inventario participativo de los recursos gastronómicos tradicionales de Amatlán de Cañas (Nayarit, México), como base para el diseño de una ruta de gastronomía tradicional

Wendy Guadalupe Carvajal Hermosillo

Docente Investigador Universidad Autónoma de Nayarit
ORCID 0000-0002-3029-3399
wendyuat@uan.edu.mx

Jorge Hammurabi López Murillo

Docente Investigador Universidad Autónoma de Nayarit
Jorge.lopez@uan.edu.mx

Juan Pablo Ramírez Silva

Docente Investigador Universidad Autónoma de Nayarit
ORCID 0000-0001-6391-9143
pablor@uan.edu.mx

...

Correspondencia:

Wendy Guadalupe Carvajal Hermosillo

RESUMEN

El inventario participativo de los recursos gastronómicos tradicionales es una herramienta útil para el diseño de una ruta de gastronomía tradicional. Este proceso implica la participación de la comunidad local en la identificación de los recursos gastronómicos propios de la región, así como en la promoción y preservación de la cultura gastronómica local. Para ello, la elaboración del inventario gastronómico a partir de una metodología participativa y etnográfica permitió identificar los elementos culturales que dan sustento a la gastronomía tradicional de Amatlán de Cañas, en base a los cuales se realizará el diseño de la ruta. En resumen, el inventario participativo es una herramienta valiosa para el diseño de una ruta gastronómica que promueva y preserve la cultura gastronómica local.

Palabras clave: Inventario participativo, gastronomía tradicional, ruta, turismo.

Participatory inventory of the traditional gastronomic resources of Amatlán de Cañas, (Nayarit, México) as a basis for the design of a traditional gastronomy route

ABSTRACT

The participatory inventory of traditional gastronomic resources is a useful tool for designing a traditional gastronomy route. This process implies the active participation of the local community

in the identification of the region's own gastronomic resources, as well as in the promotion and preservation of the local gastronomic culture. For this, the elaboration of the gastronomic inventory from a participatory and ethnographic methodology allowed to identify the cultural elements that support the traditional gastronomy of Amatlán de Cañas, on the basis of which the design of the route will be carried out. In summary, the participatory inventory is a valuable tool for the design of a gastronomic route that promotes and preserves the local gastronomic culture.

Keywords Participatory inventory, traditional gastronomy, route, tourism.

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico” (OMT-UNWTO, 2020). Desde esta perspectiva, tanto la sociedad como su cultura, del territorio receptor o del emisor, juegan un papel importante en este fenómeno, a partir del cual se determinan las modalidades y las motivaciones para llevar a cabo los desplazamientos. Tal como lo menciona Maribel Osorio (2010), parte importante en este fenómeno son las manifestaciones socioculturales que representan un atractivo que motiva a los viajeros para realizar una visita... principalmente, en las últimas décadas, el turista empezó a mostrar cambios, como el incremento de los viajes de interés especial basados en pasatiempos temporales, nuevos viajeros independientes que ya no buscan paquetes de todo incluido, que buscan destinos ambientalmente planificados y socialmente responsables... Estas modificaciones en los intereses de los turistas, ya presentes décadas atrás, se han agudizado con el transitar de la humanidad por la pandemia por Covid-19, periodo en el cual el turismo en todo el mundo se enfrentó al peor momento en su historia documentada. Como parte del *Plan Estatal de Desarrollo Nayarit 2021-2027* (Secretaría de Desarrollo Sustentable, 2021), se plantea el objetivo estratégico de lograr el desarrollo y posicionamiento de Nayarit como una entidad histórica-social y cultural, competitiva y segura para la inversión en el desarrollo turístico. Por lo anterior y con el objetivo de aportar elementos al inventario del patrimonio de Nayarit, tanto en los ámbitos naturales como culturales, se propone realizar esta investigación, para que, a partir de ello, se identifiquen los puntos de referencia e hitos a partir de los cuales se proponga el diseño de una ruta gastronómica. La diversidad biológica y cultural del Estado de Nayarit y de manera concreta del municipio de Amatlán de Cañas, han sido la base para el desarrollo de una rica cultura gastronómica, que ha trascendido a través del tiempo. Aunado a lo anterior, se ha logrado identificar el interés por las comunidades para integrarse en proyectos productivos de índole turístico como una alternativa de desarrollo, en base a sus vocaciones territoriales y en el marco del aprovechamiento sustentable de su patrimonio.

GASTRONOMÍA TRADICIONAL

La gastronomía es un referente cultural destacado que aglutina aspectos territoriales, históricos y sociales, que la hacen característica, particular y uno de los elementos identitarios de mayor arraigo. En ella, se refleja las materias primas que se obtienen en el territorio, los conocimientos que se generan para su aprovechamiento, las creencias y significados que se otorgan a estas preparaciones.

La gastronomía tradicional como elemento sociocultural diferenciador de los territorios, para el turismo, se ha convertido en un factor decisivo al momento de seleccionar el sitio a visitar, y además, ha contribuido a poner en valor a la cultura gastronómica de un territorio, determinada por la relación entre naturaleza y sociedad, los usos del suelo, la comprensión e interpretación de la naturaleza, su dinamismo, y la organización social: “La gastronomía es un rasgo cultural identitario y una herramienta de desarrollo regional para los territorios rurales y periferias” (Fusté-Forné, 2016).

En la sociedad posmoderna y globalizada, el conocimiento tradicional reviste importancia para el fortalecimiento de lo local; además, a través de la gastronomía se mantienen los vínculos con el territorio; para quienes han migrado, la gastronomía representa una serie de añoranzas, memorias colectivas, recuerdos de familia, nostalgia y júbilo; cuando se está lejos de casa, y se ha tenido que abandonar el país de origen -tal vez de manera obligada-, se desea comer lo que más se extraña (Vázquez, 2020).

LA GASTRONOMÍA COMO PATRIMONIO CULTURAL

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), a través de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, ha incidido en la visibilización de la gastronomía tradicional como un elemento destacado dentro de la cultura de los pueblos, y distintas naciones han postulado diversos aspectos de su gastronomía para ser reconocidos por esta organización como patrimonio de la humanidad. El enfoque de la UNESCO ahora se centra, tanto para el patrimonio material como inmaterial, en la naturaleza dinámica de la cultura y en la representación y recreación continua de las expresiones culturales: Este nuevo enfoque apunta a concebir el patrimonio no solo como una obra maestra consagrada del pasado para ser venerado y preservado, sino también como un espacio simbólico y vivo para ser apropiado por las comunidades locales que son portadoras de una memoria colectiva y activa (Bortolotto, 2007).

Dentro de los ámbitos de la Convención del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI), incluyamos los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, y una serie de procedimientos culturales que utilizaban conocimientos y recursos (herramientas y materiales) específicos, para la satisfacción de la alimentación de los seres humanos. Entre los tipos de gastronomía se encuentran la gastronomía cotidiana y la gastronomía festiva o ritual (Instituto

Nacional de Patrimonio Cultural. Ecuador, 2014):

CATEGORIAS

- Técnicas artesanales tradicionales de producción de utensilios de cocina.
- Ritos y prácticas productivas (agrícolas, ganaderas, pesqueras).
- Tradiciones y significados en la conservación, proceso de preparación y consumo de alimentos.
- Preparaciones artesanales.
- Gastronomía y sus vínculos religiosos.
- Gastronomía y paisaje cultural.
- Ferias, festivales y mercados.
- Gastronomía y hospitalidad, el acto de servir.
- Sistemas de colaboración que permiten transmitir conocimientos de oficios relacionados con la preparación de alimentos.
- Platos emblemáticos.

En el caso de Nayarit, la gastronomía tradicional ha tomado relevancia en los últimos años; en primera instancia, a partir de las medidas de salvaguardia propuestas en el expediente que se presentó ante la UNESCO para la nominación a la inscripción en la lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad en 2010. En esta propuesta se integra, en el apartado de prioridad B, al estado de Nayarit, ya que se le considera, conjuntamente con Jalisco, Colima, Sinaloa, Región Bajío (Guanajuato y Querétaro), Durango, Zacatecas, Guerrero, Hidalgo, Tlaxcala y Morelos, centro culinario con un buen nivel de autenticidad y conservación, que necesitan reconocimiento y autoevaluación a través de proyectos de ayuda comunitaria, resguardo de recetas y prácticas, investigaciones y estudios de las cadenas alimentarias locales. El objetivo era posicionar las cocinas para que sean promocionadas y contribuir al desarrollo cultural y económico de las localidades.

Lo anterior sustenta las acciones a favor de la salvaguardia de la gastronomía tradicional: entre estas se incluyen la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión y revitalización, por ello, la integración de la gastronomía tradicional al inventario del patrimonio cultural y natural es una contribución para su salvaguardia.

En segundo lugar, a nivel estatal, en octubre de 2019, la XXXII Legislatura del Estado de Nayarit, decretó la Declaratoria de la gastronomía Nayarita como Patrimonio Cultural Inmaterial del Estado, con el objetivo de promover, fomentar y difundir la gastronomía nayarita.

APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL A TRAVÉS DE LAS RUTAS GASTRONÓMICAS

Entre la diversidad de productos turísticos, destacan aquellos derivados del turismo

gastronómico, el cual consiste en el interés de los viajeros por visitar aquellos lugares en los cuales pueden degustar de platillos típicos o bien, realizar actividades relacionadas con la gastronomía como talleres para la preparación de platillos, actividades rurales que involucren la producción de las materias primas, tour fotográfico del paisaje, asistencia a festivales y ferias gastronómicas, visitas a mercados, tianguis, granjas, interacción con los productores... entre otras. Estas actividades son consideradas como productos turísticos, a través de los cuales se comercializa parte de la cultura y tradiciones de las localidades en las que éstas se implementan, que contribuyen al desarrollo sustentable del territorio ya que, a través de la gastronomía tradicional y las actividades derivadas de ella, se ofrecen productos de la región, y los propios habitantes son quienes intervienen en la implementación de las actividades, ya que son parte fundamental de las mismas, al ser ellos los portadores del conocimiento y la tradición.

RUTAS GASTRONÓMICAS

Productos turísticos basados en la gastronomía son las rutas gastronómicas, las cuales consisten en hacer un recorrido por una serie de lugares dentro de un territorio, en los cuales se pueda degustar, conocer o desarrollar alguna de las actividades previamente mencionadas. Dentro de la gama de productos turísticos que se ofertan, en las últimas décadas, las rutas gastronómicas han cobrado fuerza, y el interés de los viajeros ha sido mayor, sobre todo, por parte de aquellos que buscan alejarse de la estandarización de los alimentos.

La Organización Mundial del Turismo las define como una oferta de turismo comprehensivo y temático, con uno o más itinerarios en un ámbito geográfico delimitado, con una serie de productos o sitios, tal como las fábricas y los restaurantes, enunciados en guías turísticas, que se centran en una comida, producto o plato específico, generalmente con calidad diferenciada, o en eventos o actividades gastronómicas. Además, la ruta informa sobre sitios de interés histórico, promocionando así el desarrollo económico del área (World Tourism Organization, 2012).

Aunado a la definición anterior, se tienen otras posturas desarrolladas por diversos autores, quienes las consideran como productos turísticos, los cuales se integran a partir de la agrupación de diversos atractivos de un espacio territorial concreto; además, existe en ellas una temática definida. De acuerdo con Elías Pastor (2006), como oferta ordenada y completa, la estructura de la ruta turística ha de destacar claramente:

- el producto estrella que tematiza la ruta y alrededor del cual se desarrollan unas actividades especializadas.
- los servicios logísticos necesarios para atender a las necesidades del turista.
- y finalmente, las actividades complementarias que diversifican la oferta y ofrecen alternativas que se adaptan a los gustos de diversos visitantes (Elías, 2006, p. 198).

Aunado a lo anterior, se considera que las rutas gastronómicas fomentan la colaboración entre agentes públicos y privados, y entre diversas zonas geográficas, para destacar el carácter particular de aquel territorio mediante una estructura que beneficia económicamente a todos los involucrados (Briedenhann y Wickens, 2004, citados en Jeambey, 2016). Por ello, parte fundamental dentro del diseño y desarrollo de una ruta gastronómica, es la participación activa y permanente de la comunidad que habita el territorio en cuestión, dado que son ellos quienes desarrollan las actividades económicas que dan origen a la materia prima, mantienen viva su cultura gastronómica, y portan el conocimiento y dan significación a los platillos y rituales tradicionales que se realizan.

METODOLOGÍA

Con la finalidad de identificar y documentar aquellos espacios dentro del territorio estatal que poseen una riqueza natural y cultural susceptible de aprovechamiento turístico, se considera pertinente desarrollar una investigación con un enfoque mixto, a través de la cual sea factible recabar datos tanto cuantitativos como cualitativos, privilegiando la participación social a partir de talleres, y prácticas diversas que permiten identificar las necesidades, percepciones e intereses de la comunidad.

La investigación se desarrolla en dos fases de manera lineal cronológica, iniciando con la prospección previa del territorio, que permita identificar las localidades a trabajar. Posterior a ello, se lleva a cabo la siguiente fase, que consiste en la elaboración de un diagnóstico de la situación del territorio desde la perspectiva del turismo, en ésta se lleva a cabo el inventario de los elementos patrimoniales, así como su caracterización. La elaboración de un inventario requiere de trabajo ordenado y sistematizado, y por tal razón es importante considerar algunas etapas:

- I. Investigación histórica y documental previa al trabajo de campo.
- II. Delimitación del área de estudio.
- III. Recorridos de campo.
- IV. Lista y valoración preliminar.
- V. Análisis de la información.

La primera etapa permite identificar las localidades en dónde se ubican los hitos territoriales tanto materiales como inmateriales que serán un referente para la delimitación del área de estudio (etapa 2), y podrán contrastarse en la etapa 3 al consultar de manera directa a la comunidad, quienes mantienen aún sus tradiciones gastronómicas, por lo que se toma como referente el concepto de Salvaguardia presentado en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, es decir, las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión -básicamente a través de la enseñanza formal y no formal- y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos (Cátedra UNESCO, 2022).

Es importante, pues decir que se desarrolla la identificación, documentación e investigación en primera instancia de manera documental, para posteriormente, en base a ello, y tras haber realizado la delimitación del territorio de estudio, proceder a llevar a cabo el trabajo de campo. Para la elaboración del inventario, se toman como base las Convenciones de la Unesco (del patrimonio cultural y natural y de la Salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial), y el llenado de las mismas se hace en base a investigaciones documentales y de campo, aplicando técnicas etnográficas como la observación, observación participante y la entrevista a profundidad y de vida.

La identificación con fines turísticos lleva consigo la valoración y jerarquización que permita establecer un orden de importancia para ser considerado como un atractivo turístico, por lo que además de los elementos de registro, incluidas en las fichas, se consideran otros, como los servicios turísticos y equipamiento.

ÁREA DE ESTUDIO

Amatlán de Cañas, es uno de los veinte municipios del estado de Nayarit, ubicado al occidente de México. Es uno de los municipios sureños del Estado, está enclavado en la cumbre de una cordillera, por lo que su territorio está conformado por un 85% de zonas montañosas, por ello, su ubicación pareciera aislada; por lo agreste de su geografía, aunado a una fuerte relación con el Estado de Jalisco, se ha permitido el desarrollo de manifestaciones culturales particulares. Su clima cálido subhúmedo en la mayoría del territorio municipal mantiene un rango promedio de temperatura que va desde los 16 hasta los 24 grados centígrados, pudiendo bajar las temperaturas durante el invierno hasta diez grados; su basta hidrografía es perteneciente a la región hidrológica del Río Ameca; son elementos que dan la caracterización a los ecosistemas que se encuentran en este territorio los bosques de roble, encino y caoba, principalmente en la sierra de Pajaritos, aunque en las partes bajas se encuentran también pastizales, y especies como cuastecomate, higueras y mesquites, entre otros. En estos contextos habitan especies animales como el venado, armadillo, tlacuache, tejón, tigrillo, entre otras especies.

La riqueza natural en el territorio ha dado como resultado el desarrollo de diversas actividades económicas, destacando la agricultura y el comercio. En la primera, sobresale la producción de maíz, frijol, jícama, cacahuate, arroz, papa, chile verde, entre otros cultivos, mismos que son principalmente comercializados en Guadalajara y en las comunidades intermedias entre Amatlán y Guadalajara, ya que, debido a las condiciones orográficas, la comunicación es más accesible con esta metrópoli que con la capital Nayarita. El comercio, se desarrolla tanto de manera local como regional. Otra de las actividades económicas destacadas es la ganadería, históricamente Amatlán de Cañas se integra como parte de la región ganadera del occidente de la Nueva España, debido a su clima, pastizales y acceso al agua, lo que configura un espacio ideal para la crianza de ganado bovino, principalmente; lo cual genera una tradición en

la elaboración de productos derivados de la leche. De igual manera, la minería se mantiene en las localidades de Barranca del Oro y El Pílon, estas minas se mantienen desde la época de la Nueva Galicia.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como producto de la elaboración del inventario de los elementos patrimoniales, así como su caracterización, se llevó a cabo la documentación de la gastronomía tradicional, realizando en primera instancia una amplia revisión bibliográfica y hemerográfica, identificando los hitos representativos del territorio, distinguiendo de ellos aquellos relacionados con la gastronomía tradicional, para posteriormente realizar visitas de campo, organizadas a partir de la delimitación del territorio (figura 1) y en las cuales se contactó a pobladores (figura 2) cuyos conocimientos y prácticas realizan diversas preparaciones que son representativas y quienes, además, externaron su interés por participar dentro de la ruta gastronómica.

Figura 1

Localidades identificadas con hitos territoriales



Fuente: Google Earth, 2022.

En base a lo anterior, se delimita el territorio y se determinan las localidades propuestas para el diseño de la ruta, una vez, desarrolladas las etapas correspondientes, descritas en la metodología. Como parte del diagnóstico, se lleva a cabo el inventario del patrimonio, el cual se lleva a cabo con visitas a las localidades. De los resultados obtenidos, hay que atender a aquellos con los cuales los pobladores se sienten más identificados.

Figura 2

El cronista de Estancia de los López y la planta de cacahuete



Fuente: Autoría propia, 2022.

Uno de los elementos representativos de la localidad y que da identidad a la comunidad y genera una dinámica económica y social en torno a él, es el cacahuete; este es uno de los principales cultivos del municipio, principalmente en la localidad de Estancia de los López, su nombre proviene del náhuatl tlacáhuatl, que significa cacao de la tierra; es un cultivo prehispánico que da identidad a esta localidad, diversas preparaciones se han generado a partir suya, más allá de solo aderezarlo con sal, chile o ajo, sino que se realizan preparaciones como galletas, crema, salsas, agua fresca, atole, entre otros. Además, se organiza en diciembre la Feria del cacahuete, en donde los pobladores ofrecen sus creaciones culinarias con base al cacahuete. De manera cotidiana, en las puertas de las casas por las cuales atraviesa la carretera de Ahuacatlán a Amatlán de Cañas, es común ver pequeños puestos donde se oferta el cacahuete con cascara, salado, enchilado, macho, con ajo, garapiñado, así como galletas, mazapanes, entre otros (ver figuras 3 y 4).

Figura 3

Variedad de cacahuates



Fuente: Autoría propia, 2022.

Figura 4

Galleta de cacahuete de Gustavo de Lucio



Fuente: Autoría propia, 2021.

La galleta de cacahuato es elaborada por el señor Gustavo de Lucio, quien ha realizado por años una tradicional receta de galletas de cacahuato espolvoreada, las cuales son únicas en la localidad, pues es solamente él quien da esta presentación. Destaca que la producción es artesanal, y los ingredientes mínimos, destacando el uso del cacahuato de producción local. El señor Gustavo elabora sus galletas en su panadería y las comercializa en la misma región.

Figura 5

Dulces de leche “Huesitos”



Fuente: Autoría propia, 2022.

Dulces de leche o “huesitos”

Los dulces de leche, conocidos también como huesitos de leche (ver figura 5), son elaborados

en las cocinas de las casas de esta localidad por algunas mujeres, que han aprendido de manera empírica, y que han heredado su conocimiento a las nuevas generaciones.

La señora María del Refugio Ramos Castillo, conocida como Cuca, es una de las mujeres que resguardan esta tradición; cuenta la Señora Cuca que fue en la localidad de San Felipe de Híjar, Jalisco, en donde aprendió a elaborar los huesitos; estos tienen como base leche y azúcar. Su elaboración dura aproximadamente cuatro horas, para ello utiliza un cazo de cobre y el molde de barro que fue elaborado en San Sebastián del Oeste, Jalisco. Se les conoce como huesitos por su forma, la cual toman del molde de barro elaborado con base en un hueso de durazno. Se comercializan en la propia localidad de La Estancia de los López, así como en las comunidades aledañas.

Fábrica industrializadora de derivados del cacahuate Cande

En la localidad de El Rosario se ubica esta fábrica (ver figura 6), que consta de un taller y área de venta; su propietario, el señor Cande, muestra el proceso de limpieza, tostado, salado, y empaquetado del cacahuate. Además, se elaboran agua de cacahuate, chocoahuate, mazapán, cacahuate tostado (salado), cacahuate garapiñado, cacahuate enchiloso, cacahuate tostado (s/sal) y salsa de cacahuate. Se trata de un sitio muy reconocido en la localidad, y es un referente para las visitas al sitio, ya que además de conocer al detalle el proceso que se lleva a cabo con el cacahuate, es posible degustar y adquirir diversidad de productos con base de cacahuate.

Figura 6

Fábrica Industrializadora de derivados del Cacahuate Cande



Fuente: Autoría propia, 2021.

Cacahuates La Estancia, Nayarit

Con esta denominación el señor Felipe Valdivia, ingeniero agrónomo de profesión, comercializa los productos de cacahuate que desde hace varios años elabora en su fábrica artesanal ubicada en su casa, en La Estancia de los López; en este taller, en el cual destina un espacio para resguardar el cacahuate que el mismo cultiva, además, tiene la tostadora y su mesa de trabajo, ya que todo su proceso es artesanal y lo elabora conjuntamente con su

familia. Elaboran cacahuete en diversas versiones: salado, enchilado, macho, garapiñado, con ajo, galleta de cacahuete (ver figura 7) y crema 100% de cacahuete. Comercializa su producción en tiendas de abarrotes de la región, así como su propia casa.

Figura 7

Galleta de cacahuete de Felipe Valdivia



Fuente: Autoría propia, 2022.

Pan y chocolate de Amatlán

Pan y chocolate, un binomio imperdible para los mexicanos. En Amatlán de Cañas destaca la elaboración de ambos platillos desde principios del siglo pasado, cuando en el denominado barrio del cacao se contaba con algunos árboles de este fruto. De acuerdo a la memoria colectiva, habitó alrededor de 1920 una inmigrante alemana, quien conocía el proceso de elaboración del chocolate, y aprovechando la existencia de estos árboles, mostró a la Señora Dolores Quintero cómo elaborarlo. Doña Lola, como era conocida por los locales, inició con la elaboración artesanal y con la comercialización del chocolate entre sus vecinos y familiares. Sin embargo, con el tiempo, se comenzó a conocer su producto en las localidades aledañas, y tuvo la necesidad de abastecerse de cacao desde Guadalajara. Para ese momento, la producción era mayor y entonces, se creó la marca Ma Lola. Ella heredó sus conocimientos a sus hijas, Hortensia y Hermelinda, quienes continuaron elaborando el chocolate de manera tradicional, y a su vez, la nuera de la señora Hortensia, llamada Olga Lydia, también aprendió a elaborar el chocolate, y posteriormente crea su propia marca, la cual lleva su nombre, Olga Lydia, que produce chocolate natural, almendrado en tablillas, así como granulado. Actualmente, en su domicilio llamado "Chocolatería y Galletería Olga Lidia" (ver figuras 7 y 8), es en donde comercializa el chocolate, pero, además, presenta variedad de panadería como picón con pasa y nuez, pan integral con pasa, nuez, ajonjolí, pasas y azúcar mascabado, variedad de galletas, bolitas de nata, gordita de horno, galletas de cacahuete, doraditas, entre otros productos tradicionales de panadería.

Figura7

Chocolatería y galletería Olga Lydia.



Fuente: Autoría propia, 2022.

Figura 8

Chocolatería y galletería Olga Lydia



Fuente: Autoría propia, 2022.

Por su parte, la señora Hortensia mantuvo la tradición familiar, heredando el conocimiento a su hija, quien transformó la marca Ma Lola en Doña Lola, nombre con el que actualmente comercializa sus productos y el cual hace un homenaje a su abuela, quien inició con esta tradicional práctica gastronómica (ver figuras 9 y 10).

Figura 9

Chocolate Doña Lola



Fuente: Autoría propia, 2021.

Figura 10

Galletas y doraditas



Fuente: Autoría propia, 2021.

Licor y mermelada de Jamaica artesanal

La flor de Jamaica es otro de los productos que se aprovechan para elaborar productos gastronómicos tradicionales como la mermelada y el licor de dicha flor. Una de las marcas que se han generado en este sentido es Tehua (ver figura 11), la cual por más de quince años ha desarrollado estos productos de manera artesanal. Es una empresa familiar que inició con Raúl Parra y posteriormente se integra su hija, Guadalupe Parra Tovar, ambos ingenieros agrónomos.

Figura 11

Productos de Jamaica



Fuente: Autoría propia, 2021.

Agua de cebada

Una bebida de gran arraigo es el agua de cebada, principalmente la que se vende desde hace más de cincuenta años, frente al Parián, hoy se presenta de manera peculiar, es una carreta de madera, que le da un distintivo y atractivo, convirtiéndose en parte del paisaje de la zona centro de esta cabecera municipal (ver figura 12). Su ubicación es estratégica ya que esta zona está rodeada de puestos de alimentos, los cuales se acompañan con la refrescante agua de cebada.

Figura 12

Agua de cebada



Fuente: Autoría propia, 2021.

Productos derivados de la leche

Desde la llegada de los españoles, esta región se consolidó como uno de los principales

productores de ganado, el territorio de la Nueva Galicia destacó por la calidad y cantidad de ganado que se producía, esto permitió el desarrollo de una cultura ganadera en la que se incluye una diversidad de elementos gastronómicos que siguen aún vigentes entre los pobladores de la región. Destaca, por ejemplo, la elaboración de productos derivados de la leche en Amatlán de Cañas; su elaboración artesanal se ha mantenido y esto da texturas y sabores muy particulares que se perciben al momento de degustarlos. Se identifican pobladores que aún siguen con esta tradición, tales como la señora Eustolia, quien por mas de treinta años ha elaborado quesos y panelas; comenta que inició con esta elaboración con la intención de hacer uso de la leche ordeñada que no se vendía, para evitar su desperdicio. Su esposo es quien se encarga de la ordeña y quien le provee de la leche para la elaboración de estos productos. De manera general, el proceso es a la leche sobrante le pone el cuajo, la deja cuajar y posteriormente le pasa a un plato para extraer el suero, posteriormente se estila en un costal de manta o algodón para que se seque lo más posible y quede una masa homogénea; a esta masa le pone sal y la pone en unos aros para darle forma. Los comercializa en la localidad. Finalizamos con una selección de puntos de la ruta gastronómica (ver figura 13).

Figura 13

Selección de los puntos de la ruta



Fuente: Autoría propia, 2022.

CONCLUSIONES

La presente investigación se realizó con el propósito de identificar los recursos gastronómicos tradicionales del municipio de Amatlán de Cañas, con la finalidad de proponer el diseño de una ruta gastronómica, la cual tenga su sustento en la gastronomía tradicional. Por ello, el punto de partida es realizar el inventario del patrimonio gastronómico, para lo cual, se realizó una

búsqueda de información documental para posteriormente realizar la visita en campo, en la cual, la participación de la sociedad representa una fortaleza al momento de realizar el diseño de la ruta, ya que son estos quienes darán vida y sentido a la misma, ya que siendo la gastronomía parte fundamental de la cultura de una sociedad, para lograr presentar lo tradicional, tendrá que contarse con la participación de los portadores del conocimiento, de los significados y de la sazón, los cuales se han adquirido a través del tiempo y con la transmisión de generación en generación.

La investigación documental permitió allegarse de información referencial, histórica, con lo cual se contextualizó la gastronomía dentro el territorio municipal, el cual ha transitado por diversos hechos y procesos históricos que han configurado el perfil cultural de quienes habitan este territorio y que, a su vez, han desarrollado una gastronomía particular y representativa tanto de su territorio como de su historia, por lo que la consideramos como gastronomía tradicional.

Aunado a lo encontrado en los documentos, la visita a las distintas localidades y, sobre todo, la participación de los locales, permitió identificar claramente aquellos elementos naturales, platillos, recetas, hábitos gastronómicos... que son significativos y que se podrán evaluar, en siguientes etapas de investigación, y a partir de ello se realiza la propuesta de diseño de la ruta.

Además, el inventario participativo de los recursos gastronómicos tradicionales, como base para el diseño de una ruta de gastronomía tradicional, es que existe una riqueza gastronómica y cultural, particularmente en el municipio de Amatlán de Cañas, que debe ser valorada y promovida. La realización de un inventario participativo permite recopilar información valiosa sobre los recursos gastronómicos tradicionales, incluyendo ingredientes, platos típicos, métodos de preparación y utensilios utilizados, así como las historias y tradiciones asociadas con ellos, para lo cual es fundamental contar con el apoyo y participación de la comunidad.

Este tipo de inventario es importante porque ayuda a preservar la identidad cultural y los sabores locales, a la vez que promueve el turismo gastronómico, generando oportunidades económicas y empleo en las comunidades locales. El diseño de una ruta de gastronomía tradicional puede atraer a turistas interesados en la cultura local y en la degustación de platos auténticos.

Es necesario destacar la importancia de la participación de las comunidades locales en este proceso, ya que son ellos quienes mejor conocen sus propios recursos gastronómicos y su cultura alimentaria. Además, la promoción de la gastronomía tradicional debe ir acompañada de la implementación de prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente y con la salud de los consumidores.

En resumen, el inventario participativo de los recursos gastronómicos tradicionales es una herramienta valiosa para la valoración y promoción de la gastronomía local, y la creación de

una ruta de gastronomía tradicional puede ser una estrategia efectiva para el desarrollo turístico de una región, siempre y cuando se realice de manera sostenible y con la participación de las comunidades locales.

REFERENCIAS

- Bortolotto, Ch. (2007). From objects to process: UNESCO's "intangible cultural heritage". *Journal of Museum Ethnography*, 19, 21-33. <http://www.jstor.org/stable/40793837>
- Cátedra UNESCO. (2022). *Master Oficial en «Gestión del Paisaje. Patrimonio, Territorio y Ciudad» de la Universidad del País Vasco UPV/EHU*. <http://www.catedraunesco.eu/cursos/master-oficial-sobre-gestion-del-paisaje-patrimonio-territorio-y-ciudad-de-la-upvehu/>
- Elías, L. V. (2006). *El turismo del vino. Otra experiencia de ocio*. Universidad de Deusto, Deustuko Unibertsitatea, Servicio de Publicaciones, Argitalpen Zerbitzua.
- Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura. La gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24, 4-16. <https://doi.org/10.22235/d.v0i24.1166>
- Instituto Nacional del Patrimonio Cultural. Ecuador. (2014). *Guía metodológica para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Instituto Nacional del Patrimonio Cultural. Ecuador. https://www.patrimoniocultural.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/23_GuiametodologicaparalasalvaguardiaPCI.pdf
- Jeambey, Z. (2016) Rutas gastronómicas y desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 14(5), 1187-1198. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.079>
- Osorio, M. (2010). Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna y posmoderna. *Revista Argentina de Sociología*, 14, 102-127. <https://core.ac.uk/reader/55528892>
- OMT-UNWTO. (2020). *Glosario de términos*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%2C%20profesionales%20o%20de%20negocios.>
- Secretaría de Desarrollo Sustentable. (2021). *Plan Estatal de Desarrollo Nayarit 2021-2027*. <https://sds.nayarit.gob.mx/index.php/plan-estatal-de-desarrollo-21-27/>
- Vázquez, I. (28 de septiembre de 2020). Migración y gastronomía, recuerdos lejos de casa. *Coolhuntermx*. <https://coolhuntermx.com/migracion-gastronomia-comida-haiti-africa-china-camerun-asia-estado-unidos-colombia-cuba-inmigrantes-tijuana-mexicalli-ciudad->

de-mexico/

World Tourism Organization. (2012). *Global Report on Food Tourism. AM Reports: Volume 4*.
World Tourism Organization (UNWTO). https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/food_tourism_ok.pdf

Encuestas de clima laboral, recursos humanos y objetivos departamentales.

Yolanda Esquitino del Río

Máster Universitario en Recursos Humanos por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Pontificia Comillas (ICADE), España.

<https://orcid.org/0009-0001-7189-1539>

yolesde@gmail.com

RESUMEN

Las encuestas de clima laboral de una organización permiten obtener, de forma fiable, resultados que nos permitan la toma de decisiones a la hora de establecer objetivos departamentales. Estos datos deben ser veraces y estratégicos a la hora de tomar medidas sobre qué objetivos establecer, y cómo lograrlos. Para ello, es imprescindible que sean presentados de forma inequívoca, fácilmente visualizable, y entendible. Los resultados obtenidos serán dados a conocer a quienes participan en la encuesta, a través de las personas competentes, las cuales pondrán en marcha planes de acción que corregirán aquellos aspectos menos satisfactorios para la fuerza de trabajo, con objeto de mejorar el grado de satisfacción en el empleo, la motivación y, por lo tanto, la consecución de fines. Conocer la situación del clima laboral, midiendo los resultados, según centro de trabajo y departamento, teniendo como meta la retención del talento es algo fundamental para los niveles de productividad y la consecución de metas. Poner especial énfasis en la comunicación interna, cuidando los medios empleados y su correcta adecuación al desarrollo tecnológico del sector en el que se englobe la organización, es muy importante. Los últimos modelos de encuestas de clima laboral miden satisfacción con el puesto, percepción emocional, liderazgo y satisfacción con la cultura organizacional (valores, normas y objetivos), y es básico seguir investigando sobre ello.

Palabras clave: Ambiente de trabajo, cultura del trabajo, encuestas de clima laboral, motivación, política laboral, productividad, recursos humanos.

Workplace climate survey, human resources and departmental objectives.

ABSTRACT

An organization's work environment surveys allow us to obtain reliably results that allow us to make decisions when establishing departmental objectives. This data must be accurate and strategic when taking action on what goals to set, and how to achieve them. For this, it is essential that they will be presented in an unequivocal, easily visualized and understandable way. The results obtained will be made known to those who participate in the survey, through the competent people, who will implement action plans that will correct those aspects that are

less satisfactory for the workforce, in order to improve the degree of job satisfaction, motivation and, therefore, the achievement of goals. Knowing the situation of the work environment, measuring the results, according to the work center and department, with the goal of retaining talent, is essential for productivity levels and the achievement of goals. Placing special emphasis on internal communication, taking care of the means used and their correct adaptation to the technological development of the sector in which the organization is included, is very important. The latest models of work climate surveys measure job satisfaction, emotional perception, leadership and satisfaction with the organizational culture (values, norms and objectives), and it is essential to continue researching about it.

Keywords: Workplace environment, workplace culture, workplace climate survey, motivation, labor policy, productivity, human resources.

Pesquisa de clima de trabalho, recursos humanos e objetivos departamentos.

RESUMO

As pesquisas de ambiente de trabalho de uma organização nos permitem obter resultados confiáveis que nos permitem tomar decisões ao estabelecer objetivos departamentais. Esses dados devem ser precisos e estratégicos ao agir sobre quais metas definir e como alcançá-las. Para isso, é fundamental que sejam apresentados de forma inequívoca, de fácil visualização e compreensão. Os resultados obtidos serão dados a conhecer aos participantes no inquérito, através das pessoas competentes, que implementarão planos de ação que corrigirão os aspectos menos satisfatórios para os colaboradores, de forma a melhorar o grau de satisfação no trabalho, a motivação e, conseqüentemente, o alcance dos objetivos. Conhecer a situação do ambiente de trabalho, mensurar os resultados, de acordo com o centro de trabalho e departamento, com o objetivo de reter talentos, é essencial para os níveis de produtividade e alcance de metas. É muito importante dar especial ênfase à comunicação interna, cuidando dos meios utilizados e da sua correta adaptação ao desenvolvimento tecnológico do setor em que a organização se insere. Os modelos mais recentes de pesquisas de clima de trabalho medem satisfação no trabalho, percepção emocional, liderança e satisfação com a cultura organizacional (valores, normas e objetivos), sendo fundamental continuar pesquisando sobre isso.

Palavras-chave: Ambiente de trabalho, cultura de trabalho, pesquisa de clima de trabalho, motivação, política laboral, produtividade, recursos humanos.

INTRODUCCIÓN

El clima laboral de una organización es un concepto multifactorial, de carácter tan internacional como el trabajo en sí, que ya hace más de dos décadas se definía como el conjunto de cualidades, atributos o propiedades, relativamente permanentes, de un ambiente de trabajo concreto, que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta (Gonçalves, 1997).

A menudo se ha realizado la conceptualización, medición, análisis y corrección de errores por la relación causa-efecto entre clima laboral y desempeño de los trabajadores. En este artículo, queremos demostrar la relación existente entre clima laboral y la consecución de objetivos departamentales.

A través de los resultados de la encuesta de clima laboral, podemos conocer los efectos que las políticas y procedimiento de la empresa producen en el trabajador/a y, concretamente, aquellos que en el día a día, provocan en la dinámica del equipo y, por lo tanto, aquellos pasos para la consecución de objetivos que, de una manera u otra no funcionan eficientemente. Así, podremos evaluar en qué medida existe en la empresa el clima laboral adecuado para que los empleados/as puedan desarrollar las funciones que le han sido encomendadas para la consecución de las metas marcadas para su departamento. También si el trabajador/a se siente partícipe de los objetivos marcados, así como su grado de implicación en la dinámica del equipo/departamento y, en qué grado, cree que la formación y desarrollo que la empresa le ofrece le permiten avanzar y conseguir eficientemente los objetivos marcados.

La relación existente entre todos estos parámetros ha sido abordada por la teoría de Demanda y Recursos Laborales (DRL; Bakker y Demerouti, 2013), por ejemplo, estando inspirada en las teorías del diseño del trabajo y del estrés laboral; mientras que las primeras a menudo han ignorado el papel de los estresores laborales, los modelos de estrés en el trabajo han omitido frecuentemente el potencial motivador de los recursos laborales. La teoría DRL aunaría ambas tradiciones de investigación y explicaría cómo las demandas y recursos laborales tienen efectos directos e indirectos sobre el estrés laboral y la motivación, atendiendo a que quienes trabajan, y se encuentran realmente en una situación de desgaste, pueden incluso crearse más demandas laborales de empleo a lo largo del tiempo.

La consecución de estos recursos laborales que debe poseer la fuerza de trabajo y los equipos a quienes pertenecen, necesarios para afrontar las demandas laborales, deben formar parte del plan formativo y de desarrollo que se le brinda la empresa, y la relación entre estos dos parámetros (demandas laborales y recursos laborales) y sus deficiencias, nos la puede proporcionar la encuesta de clima laboral.

METODOLOGÍA Y OBJETIVOS

La etnografía virtual y las revisiones teóricas del estado del arte son bases metodológicas a nivel investigativo teórico, pero también hemos de entender en qué consiste, en primer lugar, todo aquello encaminado a realizar un exhaustivo diagnóstico del clima laboral, para crear un plan de acción, que incluya las fortalezas, encuentre los parámetros que requieren mejora, y elimine factores que crean déficits tanto en la calidad del servicio que ofrece la empresa a sus clientes, como en el malestar de los/as empleados/as. Todo ello debe ser tenido en cuenta a la hora de fijar los objetivos departamentales.

La encuesta de clima laboral debe ser representativa y, por tanto, con un alto grado de participación e implicación de los miembros de la organización. Quienes ostentan la posición de mánager de cada departamento, responsables de conseguir los objetivos marcados en los planes de acción, adecuarán planes a su equipo, perfilándolos y definiendo las distintas fases hasta completar todo el proceso.

Es fundamental la implicación de toda la plantilla en el desarrollo de creación e implementación de la investigación, ya que su correcta recopilación, lectura e interpretación, nos permitirá conocer el estado actual del clima laboral y la consecuente toma de decisiones que influirán, directamente, en el establecimiento de planes de acción y metas departamentales. Esta investigación, a través de la revisión teórica, junto a la experiencia profesional de la autoría, trata de abordar todo lo ahora planteado.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos deben medirse de forma adecuada a la hora de extraer conclusiones. Una vez hayamos profundizado en ellos, podremos comprobar nuestras hipótesis a través del análisis de los mismos, pero también a través de otras fuentes, por ejemplo, haciendo entrevistas individuales, grupales y a través del Dashboard, como incluyendo resultados del KPI's y de otras variables externas. Recordemos que KPI es un indicador clave de desempeño (Key Performance Indicator, en inglés) que permite medir el presunto éxito de una actividad, estrategia o proceso específico, según los parámetros u objetivos que se plantearon en su diseño.

El siguiente paso es que quien ejerza de analista funcional de recursos humanos realice un análisis cuantitativo y cualitativo de datos (el citado Dashboard), que incluya el estudio de fortalezas, debilidades, objetivos y áreas de mejora. A continuación, se comunican los resultados a quien ejerza de mánager, lo cual debe incluir la transmisión de los planes de acción a seguir.

Koontz, Weihrich, y Cannice, (2022), por su parte, sostienen que los individuos se motivan en un entorno laboral bien diseñado, y por el reconocimiento de su buen desempeño. En este sentido, el *Data Mining*, tiene como función encontrar patrones en los datos que se traduzcan en información para tomar decisiones y establecer objetivos en base a ellos. Para eso es fundamental la adecuación de los parámetros, analizadas las fortalezas y áreas de mejora, ya que deben servirnos como instrumento para captar, formar, desarrollar, motivar y fidelizar a los trabajadores, todo ello dentro de una estrategia empresarial bien definida. Distintos autores (Locke y Latham, 1990; Molina, 2000) establecen que unas metas definidas y medibles mejoran el rendimiento, mucho más que unos objetivos imprecisos. Podemos considerar que los objetivos deben cumplir diversas condiciones, que enumeraremos en los párrafos siguientes.

Crear objetivos por departamento, siendo lo más concretos posible a la hora de establecerlos, nos aproximará a la necesaria especificidad; cuando están bien fijados, los objetivos son concretos y realistas, pero también deben constituir un reto. Un reto demasiado bajo no resulta motivador para la empresa, mientras que un objetivo demasiado alto también desanimará si se

percibe como algo inalcanzable.

La relevancia en lo que se pretende resulta una obviedad, debe interesar alcanzar lo que se pretende, en general, para progresar, lo contrario sería vender humo. A su vez, la retroalimentación, y que la fuerza de trabajo se sienta reconocida por sus esfuerzos, producen que estos, a su vez, recompensen a la empresa con resultados positivos. También es importante dar indicaciones para que incluso un determinado desempeño fatigoso disminuya, desde un punto de vista colaborativo, pues esto ayudará a mejorar.

Al hilo de lo anterior, hay que considerar que a veces, por su complejidad, los objetivos pueden llegar a paralizar, si pensamos que no los podemos conseguir. Por ello, es mejor no verlos como un todo, sino dividirlos por categorías, como si se tratasen de objetivos individuales. Para ello es necesario analizar con detalle el camino que se debe seguir para llegar a destino y proveer de apoyo en caso necesario. Es decir, definir cada paso para llegar a la meta y los consecuentes planes de acción. Al igual que para hacer un viaje, necesitamos conocer la ruta, los lugares por los que debemos pasar hasta llegar a nuestro destino.

Otra teoría sobre consecución de objetivos es el método OKR, que según Marcos Álvarez (2020) permite cambiar la dinámica de la empresa, alineando al departamento/equipo en torno a resultados. A diferencia de los KPI's, los OKR (Objectives and Key Results) son compartidos por todos los miembros de la empresa para que sea visible en qué están trabajando y en qué se centran los demás, con el fin de crear una red de apoyo y fomentar las acciones colectivas.

La metodología OKR se basa en apoyar a gestores/as con la finalidad de que estos/as consigan el empoderamiento de sus equipos y les transmitan una cultura de alto rendimiento. Todo ello a través de diversas características.

Los OKR deben ser conocidos, entendidos y compartidos por todos los miembros del departamento/equipo con el fin de alcanzar transparencia, la comunicación de las prioridades de cada equipo y la consciencia en la importancia individual para alcanzar los objetivos fijados para cada departamento.

Para traducir la estrategia de la empresa en resultados, hablamos de enfoque, definiendo qué y cuánto quieren lograr y qué resultados (de los planes de acción) son necesarios para ello; la comunicación, una vez más, es fundamental.

El proceso de definición de objetivos debe venir desde todos los integrantes del departamento, independientemente de su nivel jerárquico; responsabilizarse de un objetivo, hace que los distintos miembros colaboren entre sí para su consecución.

Tener como base una adecuada cultura organizativa es una condición indispensable para alcanzar el éxito. Las organizaciones necesitan investigar, mejorar y adaptarse constantemente para satisfacer las necesidades de sus clientes externos/as y de la clase trabajadora.

Por otra parte, es necesario tener en cuenta que el desarrollo de las nuevas tecnologías ha traído consigo una nueva necesidad de cara a la clientela: Interactuar con ella a través de medios digitales, ya que el/la cliente espera tener más influencia y sentirse participe de las decisiones que toman las empresas cuyos servicios contratan. Por ejemplo: Las empresas exitosas leen, procesan y establecen objetivos en base a los comentarios que sus clientes

expresan a través de las redes o de la página corporativa con el fin de mejorar sus productos y servicios. Las encuestas de clima laboral, por tanto, no es el único proceso a seguir.

El Management 3.0 puede ser considerado, a su vez, como un modelo de gestión basado en la responsabilidad grupal y el compromiso de cada uno/a de sus miembros. Hace hincapié en la responsabilidad de los/as trabajadores/as, el liderazgo compartido y, por tanto, el empoderamiento de cada uno de ellos, lo cual es algo complicado en algunas organizaciones, que requiere cambios profundos en la cultura de la empresa como estructura jerárquica y explotadora.

El Management 3.0 tiene como uno de sus pilares más importantes la responsabilidad Grupal, según la cual, los/as empleados/as deben seguir una meta clara, de forma individual, sentirse cómodos/as, partícipes y apoyados/as. Así, logran las metas de su departamento/equipo.

Otro aspecto a tener en cuenta en la consecución de objetivos es la definición y desarrollo de competencias. Para ello hay que convencer, formar y motivar a gestores de la importancia de este aspecto para lograr que ellos/as, a su vez, motiven y desarrollen las competencias de los/as trabajadores/as. La mejora de la comunicación interna, su estudio y la posibilidad de compartir e implantar nuevos canales de información que han demostrado su efectividad, en la eficiencia de procesos y que pueden ser compartidos entre departamentos, es algo a lo que también pueden ayudar las encuestas de clima laboral.

Otro aspecto muy importante es la creación, actualización y formación en políticas y procedimientos. Su conocimiento e implicación constituye una pieza clave para mejorar el clima laboral y la consecución de objetivos en una organización.

Las políticas, las directrices que marcan cómo deben actuar, ante determinadas situaciones, la clase trabajadora, de acuerdo con la cultura de la empresa, es algo que debe conocerse. Estas normas, conocidas por la totalidad de la plantilla, deben estar redactadas por expertos/as en el área y dentro de las directrices legales del país, los derechos laborales deben respetarse absolutamente, siempre. Los protocolos de actuación para los/as empleados/as, y para gestores y patronales, en caso de incumplimiento, deben ser sancionados, de acuerdo con la gravedad del hecho en cuestión.

Tenemos, tanto las políticas comunes a todos/as los/as empleados/as, como específicas de cada departamento, y deben ser supervisadas y actualizadas temporalmente, de acuerdo con los cambios legales, las tendencias del sector en el que se desarrolle la empresa, y los cambios organizativos de esta. Las encuestas son un apoyo más, y si se emplean, su contenido debe ser claro e incluir todos los aspectos que pueden aparecer en una determinada situación. Quien las crea e implementa, debe hacerlo desde la experiencia y, dentro del marco legal, tomando una posición objetiva y pragmática. Antes de ser efectuadas debieran ser conocidas, explicadas y aprobadas por la dirección general. Los procedimientos constituyen la forma concreta de llevar a cabo las encuestas, para poder estandarizar la forma de proceder y conseguir los resultados esperados. La encuesta es una forma determinada de actuar ante una situación, y debe incluir la información integral de la actividad a desarrollar. Pueden incluir objetivos, descripción de los procesos que intervienen y quiénes son sus responsables e,

incluso, un diagrama de flujo (representación gráfica que facilite su comprensión).

Para su redacción, es importante tener en cuenta la experiencia, las formas de actuar de quienes gestionan cada departamento... habrá ocasiones en que varias áreas/ departamentos y, por lo tanto, gestores/as, se vean implicados/as conjuntamente en las encuestas de clima laboral.

Sumemos a todo lo anterior, que la definición y conocimiento de las políticas y procedimientos propias de cada puesto, deben estar incluidas en la formación inicial de los/as nuevos/as trabajadores/as, que debieran afrontar las encuestas de clima laboral con seriedad, dado que la función de los recursos humanos es igualmente fundamental.

El hecho de conocer y aplicar tanto políticas como procedimientos de forma individual y en equipo, y la eficiencia económica (uso de tiempo y recursos), son dos factores fundamentales para la creación de un buen clima laboral y, por lo tanto, la consecución de los objetivos que los departamentos se han propuesto. Cuando la distribución está basada en alcanzar los estándares, los/as empleados/as concentran su atención y energía en ello (Ulrich y Brockbank, 2007).

Una vez creadas políticas y procedimientos, es necesaria su revisión y, consecuentemente, la actualización y rectificación de las normas y procesos implicados. Para conocer qué procesos requieren una optimización, las encuestas de clima laboral son un buen instrumento, ya que si se llevan a cabo de forma eficaz, podremos conocer de forma concreta qué situaciones producen mayores fallos o desequilibrios en el día a día del trabajador y de la trabajadora. Tras este paso, podremos medir en qué medida las políticas y procedimientos han sido optimizados. Si queremos retener a trabajadores/as brillantes, las políticas y procedimientos, deben estar definidos y actualizados. Sin esa retención, difícilmente podremos obtener los resultados necesarios para alcanzar los objetivos departamentales propuestos y la excelencia.

En los procedimientos, se incluyen cómo debe realizarse la encuesta de clima laboral: De forma anónima, comprensible para toda la clase trabajadora, y dentro del marco legal de la ley de protección de datos.

En la evaluación del desempeño del trabajador/a, que también debe constituir un procedimiento, realizamos preguntas tales como: De las tareas asignadas, ¿cuál de ellas, a la hora de alcanzar resultados óptimos, crees que no está/están bien estructurada/s? A veces, esta situación es debida al requerimiento de una mejora tecnológica/automatización del proceso o a la posibilidad de que estas funciones deban ser desempeñadas por puestos con menor grado de responsabilidad. Su rectificación repercute directamente en la optimización de la tarea, la consecuente reducción de costes y la creación de un entorno laboral cómodo para el/la trabajador/a; con ello, mejoramos el sentimiento de pertenencia del/a trabajador/a y, por tanto, tanto su motivación, como el clima laboral de la organización.

¿Cómo solucionarías tú ese problema? ¿Por qué? Son preguntas útiles para conocer el punto de vista obrero y así mejorar los procesos. Antes de la realización de encuestas de clima laboral, deben definirse, como ya se expresó anteriormente, cuáles son los objetivos de dicha encuesta y, para ello, debemos en primer lugar rectificar aquellas preguntas que, en caso de

haberse producido en años anteriores, no nos proporcionaron información eficaz.

Tanto el contenido como la formulación del cuestionario han de basarse en los objetivos de la encuesta y, para ello, debemos tener en cuenta que, como objetivo de la encuesta, se encuentra la consecución de metas departamentales. Por lo tanto, en la redacción del contenido, hay que obtener información sobre qué factores desencadenaron que determinados objetivos departamentales no pudieran alcanzarse.

Tras explicar el cuestionario y dar recomendaciones sobre cómo realizarlo, la recopilación de datos es básica: es fundamental hacer hincapié en el anonimato de las respuestas, en que la clase trabajadora no tenga miedo de expresar su sinceridad, lo cual puede ser complicado.

Con respecto a la evaluación y análisis de datos, estos los podemos clasificar según diversos parámetros, al menos de forma general, en base a factores como departamento, edad, puesto, posición jerárquica dentro de la organización, etc. Los informes serán segmentados, detallados y por cada uno de los parámetros analizados. Con ello, se logran detectar los aspectos más valorados y cuáles requieren áreas de mejora.

El departamento de recursos humanos es responsable de la elaboración y de la organización de reuniones informativas con quienes gestionan cada departamento, quienes pondrán en marcha su capacidad de liderazgo. Concretamente, quien ejerce de analista funcional de recursos humanos debe saber interpretar los resultados obtenidos, conseguir una situación óptima para la empresa, manejar los conflictos, y generar la cooperación de los/as managers para conseguir un clima laboral óptimo.

Como afirman distintos/as docentes de Ciencias Económicas y Empresariales, la finalidad última es conocer cómo se siente la clase trabajadora en su lugar de trabajo, para reorientar las prácticas de gestión en aras a alcanzar organizaciones rentables en el tiempo, organizaciones integradas por personas implicadas emocionalmente con su actividad laboral, participando con mejores actitudes, aptitudes y competencias, de tal modo que pongan en práctica todas y cada una de sus potencialidades, hasta alcanzar un círculo virtuoso caracterizado por el ajuste entre expectativas y necesidades, tanto individuales como organizativas (Lucia-Casademunt, Morales-Gutiérrez y Ariza-Montes, 2012).

Dentro de clima laboral, se habla del liderazgo como factor clave, como aseguran López y Castiblanco (2021), como pilar de la felicidad dentro de la organización, en la medida que se tengan buenos líderes capaces de lograr que los colaboradores se sientan identificados y motivados.

Los líderes son los máximos responsables de crear un entorno positivo; para ello, las reuniones "One to One" periódicas, entre managers y empleados/as, con una duración de 10 a 20 min y en un ambiente distendido, nos sirven para poner puntos de vista en común, conocer la evolución de un proyecto, aclarar dudas, solucionar problemas y, en definitiva, conseguir el desempeño esperado. Por otra parte, han de ser personas capaces de crear y desarrollar equipos, es decir, un conjunto de personas que tienen un objetivo en común y cuyas acciones impactan significativamente en otros miembros del equipo. Para ello, debe estar definida cuál es la misión del equipo y cómo pretende actuar para lograr sus objetivos. Sus miembros

consideran que el equipo es lo primero, no ellos individualmente. Están comprometidos con las metas, los roles y las reglas del equipo y motivados para realizar las tareas necesarias, para lograr los objetivos que el equipo se ha marcado.

Los distintos grupos que conforman una organización deben estar alineados, estructurados y lograr que, verdaderamente, el equipo funcione. ¿Cómo vamos a desarrollar sus componentes? Para hacerlo, tendremos que tener en cuenta la evaluación del desempeño y el clima laboral que tengamos en la organización. De ambos, podremos extraer la compatibilidad del/a trabajador/a con el puesto, cuáles son sus valores motivadores, lograr bajos niveles de estrés, y el modelo de liderazgo que ellos/ellas consideren más efectivo, eliminando diferencias existentes con el que actualmente tienen. Así podremos comprender las relaciones en las organizaciones productivas, y a ser posible crear equipos cuyos componentes se autogestionan, siendo este el modelo más coherente con un mundo mejor, es decir, la autogestión más allá del mero lucro económico basado en la explotación de las personas.

Basándonos en la encuesta de clima laboral Q12 de Gallup (2016), vemos la correlación existente entre diversas preguntas y la consecución de objetivos, a continuación, podemos considerar distintos ejemplos de todo ello.

¿Sé que se espera de mí en el trabajo? Aquí, se quiere medir el grado de conocimiento, por parte del/a trabajador/a, de los objetivos que debe cumplir y que le han sido encomendados, los cuales deben quedar también definidos en la descripción del puesto, y ser óptimos con los objetivos departamentales.

¿Cuento con la formación, los materiales y el equipo que necesito? Tanto el diseño del plan de formación, como la asignación de materiales, deben ser coherentes con los objetivos marcados para el departamento. En el plan de formación, deben incluirse la adquisición de habilidades, la asignación de materiales y el intercambio de conocimientos, algo fundamental para que el clima laboral esté libre de estrés y, por lo tanto, con trabajadores motivados para alcanzar objetivos.

¿En el trabajo, tengo la oportunidad de desarrollar mi potencial? La persona debe tener la oportunidad de poder formarse y crecer profesionalmente, usar sus fortalezas y ser reconocida, premiándose a través de, simplemente, el reconocimiento privado/público, o reforzando su esfuerzo mediante incentivos, beneficios y subidas salariales. Estas fortalezas deben estar patentes en las competencias que definen su puesto, algo fundamental para crear equipos eficaces y alcanzar objetivos departamentales.

¿En la última semana, he recibido reconocimiento o elogios por hacer un buen trabajo? El reconocimiento es algo básico. Si queremos que la persona se sienta motivada, debe tener la certeza de que, tanto a nivel personal como laboral, su esfuerzo será valorado. Esta valoración debe ser de manera periódica, no puntual.

¿A mi supervisor, o a alguien del trabajo, parezco importarle como persona? Hace alusión al sentido de pertenencia que el trabajador experimenta en el grupo y, para ello, es necesario tener relaciones afables con sus miembros. Si queremos que alguien se identifique con los objetivos marcados por el departamento, debemos conseguir que se sienta cómodo y se identifique con el equipo.

¿Hay alguien en el trabajo que fomente mi desarrollo? Referente a la posibilidad de desarrollo profesional, la retención y el desarrollo del talento a través de el compañerismo, la relación con los jefes/as, mentores etc.

¿Mis opiniones cuentan en el trabajo? El trabajador ha de sentirse valorado, corresponsable. Para ello y, en primer lugar, siendo partícipe de las decisiones que se toman a la hora de crear objetivos departamentales.

¿La misión/propósito de mi compañía me hace sentir que mi trabajo es importante? La persona debe identificarse con la empresa, su misión, visión y el clima organizacional en el que se desenvuelve y, por tanto, con la consecución de objetivos, que conllevan el crecimiento y la mejora de la empresa como organización.

¿Mis compañeros/as de trabajo están comprometidos con hacer un trabajo de calidad? Mediante esta pregunta podremos conocer cómo percibe el empleado el equipo al que pertenece y, por tanto, su opinión sobre la calidad del trabajo, el correcto desempeño de las funciones y las probabilidades reales que percibe de que el equipo consiga esos objetivos.

¿Tengo un(a) mejor amigo(a) en el trabajo? En un entorno que transmite confianza, fiabilidad, con ambiente laboral agradable, habrá más posibilidades de consecución de objetivos, sin hipocresías, ni egoísmos, ni traiciones, ni ascensos basados en la delación.

¿En los últimos seis meses, alguien del trabajo me ha hablado sobre mis avances? Si, por ejemplo, un/a trabajador/a, consigue un objetivo departamental, este logro es premiado a través del reconocimiento, la celebración de éxitos se plasma en acciones concretas como incentivos, promociones etc. Así, lograremos aumentar el grado de motivación para la consecución de los objetivos marcados para el año siguiente.

¿Durante este último año, tuve la oportunidad de trabajar para aprender y crecer? A través de esta pregunta, conoceremos la opinión del/a trabajador/a sobre el plan formativo que la empresa le brinda y en qué forma, a través de la formación necesaria para alcanzar los objetivos departamentales, el trabajador/a pudo dar lo mejor de sí mismo/a y, consecuentemente, crecer como profesional.

Los resultados de esta encuesta son medibles, al igual que los objetivos empresariales son aquellos fines que la organización busca lograr a través de su existencia y operaciones (Glueck, 1980). Por lo tanto, el plan de acción resultante de la encuesta de clima laboral debe adecuarse a los objetivos marcados. A través de este cuestionario, debemos obtener información directa sobre qué aspectos cree la fuerza de trabajo que deben corregirse para la consecución de objetivos departamentales, los cuales nos indican la dirección de la empresa, la estrategia y la forma de planificación para la consecución de uno de los principales factores motivacionales para el trabajador/a: su bienestar. Así obtendremos trabajadores/as cómodos/as en su entorno laboral y, por lo tanto, motivados/as y productivos/as.

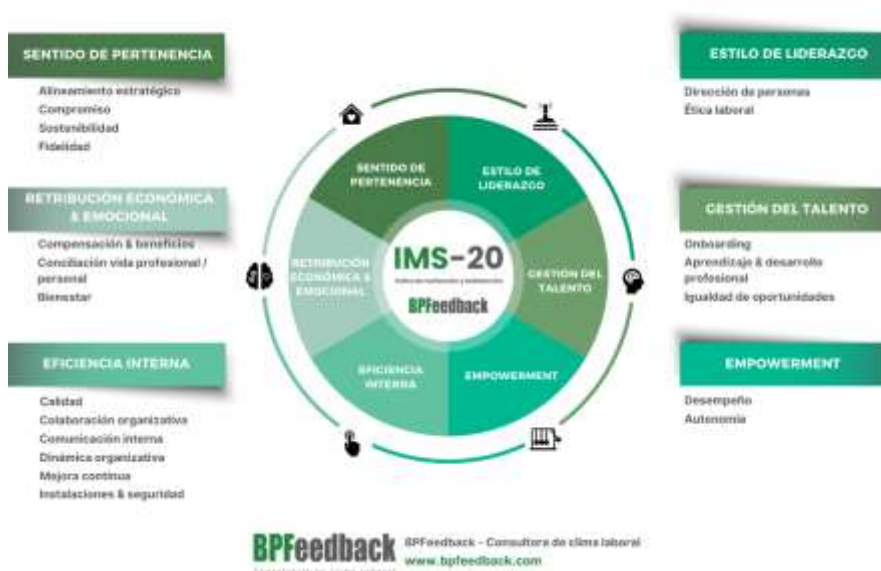
En el establecimiento de competencias individuales para la captación, desarrollo y motivación de trabajadores que conforman equipos, el departamento de recursos humanos es responsable de la formación de gestores/as en aspectos como la importancia de la medición de resultados y el establecimiento de planes de acción. La formación de managers en evaluación del

desempeño y en la transmisión de cultura empresarial es algo básico si queremos lograr la consecución de metas departamentales.

La evaluación del desempeño servirá como instrumento de medida de la consecución de objetivos individuales, formará parte de los objetivos departamentales y estos, a su vez, de los objetivos organizacionales. Por otra parte, la evaluación del desempeño en su parte final, donde fijamos las áreas de mejora y objetivos individuales, deberá tener en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta de clima laboral. Características del modelo y la encuesta de clima laboral IMS-20 (Índice de Motivación y Satisfacción laboral), basado en las teorías de Maslow y Herzberg y el modelo de calidad total, distribuido en 20 indicadores, podemos verlo en la figura 1 (BPFeedback, 2023).

Figura 1.

Modelo IMS-20.



Fuente: Consultora BPFeedback (2023).

En el apartado eficiencia interna, aparece la dinámica organizativa: El rol que desempeña cada trabajador/a en su departamento y en la empresa, como organiza sus objetivos, y la eficiencia de los procedimientos internos. Este es uno de los indicadores en los que, en general, las empresas suelen poner el foco. Otros aspectos que se miden dentro de la eficiencia interna son el nivel de orientación a la calidad, colaboración y comunicación interna. Recursos humanos y clima laboral no pueden permanecer, por más tiempo, separados.

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

La gestión de resultados de las encuestas de clima laboral es fundamental en el establecimiento y consecución de metas departamentales y en el aumento de la productividad de las organizaciones, todo ello podría ser un fantástico proceso de mejora general.

Para mantener la motivación de la clase trabajadora debemos hacer especial énfasis en la importancia de su opinión, tenerla informada y hacerla partícipe de los objetivos, cambios y logros que, a través de los resultados de la encuesta, hemos conseguido implementar en la organización.

Una vez alcanzado la mejora de un proceso hay que poner especial énfasis en las personas implicadas en él, para involucrarlas y conseguir que la información que nos proporcionen sea veraz, ya que su experiencia es fundamental y tiene como objeto la realización de los ajustes necesarios. El departamento de recursos humanos actúa ante quienes gestionan, y les hace partícipes de la necesidad de cooperación, indispensable para el rendimiento laboral óptimo y la mejora, la productividad y la optimización en la consecución de objetivos departamentales.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, M. (2020). *Liderando con OKR (Objetivos y resultados clave)*. Profit Editorial.
- Bakker, A. B. y Demerouti, E. (2013). La teoría de las demandas y los recursos laborales. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 29(3), 107-115. <https://dx.doi.org/10.5093/tr2013a16>
- BPFeedback. (5 de julio de 2023). Modelo de clima laboral IMS-20 – BPFeedback. *BPFeedback*. <https://www.bpfeedback.com/modelo-clima-laboral-encuestas/>
- Gallup. (2016). *First, Break All The Rules. What the World's Greatest Managers Do Differently*. Gallup Press.
- Gonçalves, A. P. (1997). Dimensiones del clima organizacional. *Qualidade*. <https://www.geocities.ws/janethqr/liderazgo/130.html>
- Glueck, W. (1980). *Strategick Management and Business Policy*. McGraw-Hill.
- Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2022). *Administración: Una perspectiva Global y Empresarial*. McGraw-Hill.
- Locke, E. A. y Latham, G. P. (1990). Work motivation and satisfaction: Light at the end of the tunnel. *American Psychological Society*, 1(4), 240-246. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.1467-9280.1990.tb00207.x>
- López, N. M. y Castiblanco, K. A. (2021). Clima laboral como factor influyente en el nivel de productividad: caso Unión Soluciones S.A.S. *Revista Chilena de Economía y Sociedad*, 15(1), 78-91. <https://rches.utem.cl/articulos/clima-laboral-como-factor-influyente-en-el-nivel-de-productividad-caso-union-soluciones-s-a-s/>
- Lucia-Casademunt, A. M., Morales-Gutiérrez, A. C., & Ariza-Montes, J. A. (2012). La

implicación emocional en el puesto de trabajo: Un estudio empírico. *Intangible Capital*, 8(2), 364-405. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.321>

Molina, H. (2000). Establecimiento de metas, comportamiento y desempeño. *Estudios Gerenciales*, 16(75), 23-33. https://www.icesi.edu.co/contenido/pdfs/hmolina_establc-metas-comp.pdf

Ulrich, D. y Brockbank, W. (2007). *La propuesta de valor de recursos humanos*. Harvard Business School Press.