

La Animación Turística y Sociocultural *estrategia educativa para* PROMOVER LA CULTURA Y LAS BUENAS PRÁCTICAS COMUNITARIAS

Erendida del R. Álvarez López
Edwin Agustín Carrión Albuja
Ileana Marcela Leal Silva
AUTORES



La Animación Turística y Sociocultural, estrategia educativa para promover la cultura y las buenas prácticas comunitarias

Erendida del R. Álvarez López
Edwin Agustín Carrión Albuja
Ileana Marcela Leal Silva

Autores

José Luis Isidor Castro, Onésimo Cuamea Velázquez
Irma Brígida Suárez Rodríguez, Esteban Cruz Cruz

Coordinadores

Primera Edición: julio de 2025

Isidor, J., Cuamea, O. (2024). *La Animación Turística y Sociocultural, estrategia educativa para promover la cultura y las buenas prácticas comunitarias*. Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía, México. Editorial Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo. Cámara Chilena del Libro, Valdivia, Chile.

ISBN: 978-956-9037-30-6

Se permite la copia y distribución por cualquier medio siempre que se mantenga el reconocimiento de sus autores y de quienes contribuyeron a esta obra, no se haga uso comercial de las obras y no se realice ninguna modificación a las mismas.

Sello Editorial: Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo (978-956-9037). Calle Blanco esq. O'Higgins s/n. Corral, Región de los Ríos, Valdivia. República de Chile.

Versión Digital

D.R. 2024. Los Autores

D.R. 2024. Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía AMESTUR.

D.R. 2024. Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo RECINATUR

Serie: Formador de Formadores, Grupo 2

Materia: Ciencias Sociales

Director del Equipo Editorial: Marcelo de la Rosa Patiño

Coordinadores: José Luis Isidor Castro, Onésimo Cuamea Velázquez, Irma Brígida Suárez Rodríguez, Esteban Cruz Cruz

Asistente de Edición: Karla Alicia Bautista Franco



This work is licensed under the Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Contenido

PRESENTACIÓN.....	4
Capítulo 1.....	5
Programa de Animación Turística y Sociocultural para Nivel Básico de Escuelas del Municipio de Tepic.....	5
Capítulo 2.....	26
Animación Sociocultural de Turismo Activo y Deportes de Aventura en el Corredor Turístico Volcán Imbabura.....	26
Capítulo 3.....	57
Diseño de un programa de animación sociocultural en una universidad del Sur de Sonora.....	57

PRESENTACIÓN

Este cuarto volumen cierra la serie dedicada a la Animación Turística y Sociocultural con una mirada que articula la educación, la cultura y las prácticas comunitarias como ejes del quehacer turístico con sentido. A lo largo de sus capítulos, se explora el carácter formativo de la animación sociocultural cuando se integra de manera consciente en los procesos turísticos, fortaleciendo vínculos, estimulando la creatividad colectiva y dando valor a las expresiones culturales que emanan de los territorios.

La Animación Turística y Sociocultural, estrategia educativa para promover la cultura y las buenas prácticas comunitarias recoge experiencias, propuestas pedagógicas y ejercicios de intervención aplicados en diversos contextos. El énfasis está puesto en prácticas participativas y comprometidas con la realidad local. El enfoque se nutre del trabajo cotidiano en escenarios donde la educación turística se encuentra con la vida comunitaria, priorizando el diálogo y la construcción compartida. La diversidad geográfica y cultural de las contribuciones —provenientes de distintos rincones de Iberoamérica— reafirma el carácter colectivo y plural de esta propuesta.

Este libro establece un diálogo natural con los tres anteriores. El primero nos llevó a la cocina como un espacio para la animación sociocultural; el segundo abordó la relación entre territorio y cultura; el tercero nos acercó a los artefactos del turismo alternativo como base práctica para la intervención de la animación sociocultural. Con esta entrega se completa una propuesta integral que concibe a la animación sociocultural como un proceso formativo, atento a las particularidades de cada contexto y centrado en el bienestar colectivo.

Agradecemos a quienes compartieron su experiencia y visión en estas páginas. Cada contribución deja huella en esta colección, que abre nuevos horizontes para pensar, enseñar y aplicar a la Animación Sociocultural en el Turismo y la Gastronomía desde una mirada integral, ética, colaborativa, integradora y humanamente sensible.

Dr. José Luis Isidor Castro
Presidente Ejecutivo
AMESTUR

Capítulo 1

Programa de Animación Turística y Sociocultural para Nivel Básico de Escuelas del Municipio de Tepic

Erendida del R. Álvarez López¹

Resumen

La falta de propuestas didácticas y políticas públicas para acercar a los estudiantes a los espacios culturales de la ciudad de Tepic, aunado a la poca o nula coordinación de los diferentes actores involucrados, genera un marcado y preocupante desinterés por parte de la población escolar por visitar y apropiarse de la cultura local. ¿Puede un programa de animación turística y sociocultural contribuir a la apropiación y arraigo de la cultura local de la comunidad estudiantil? Con el Programa de Animación Turística y Sociocultural para Nivel Básico de Escuelas del Municipio de Tepic, se pretende dar respuesta a esta pregunta. Este proyecto, busca dinamizar los espacios a fin de generar el encuentro y la apropiación de las diferentes manifestaciones que se presentan a lo largo de los años en la ciudad, por medio de recorridos guiados y escenificados por sus personajes históricos. Para lograr lo anterior se diseñaron 4 fases: investigación de mercados, alianzas estratégicas, lanzamiento y promoción del programa y operación y seguimiento. Actualmente se desarrollaron algunos puntos de la fase de investigación de mercado, como son, la planeación de la investigación, la recopilación de datos y el análisis de la información. Con esta información se pudo obtener algunos resultados positivos, como es, la disposición e interés de los directivos de los espacios culturales por la realización de este tipo de proyectos, identificar la riqueza del patrimonio cultural de la ciudad y una amplia oferta educativa de nivel básico.

Palabras clave: Educación, Cultura y Desarrollo.

Introducción

La ciudad de Tepic cuenta con un rico patrimonio cultural manifestado en sus diversas edificaciones, mismas que son testimonios de la belleza arquitectónica de una época de bonanza, y que, sin duda, deben aprovecharse para generar espacios de encuentro, ya que, como lo señala López (2015) “en muchos de los monumentos, tanto religiosos como

¹ Universidad Tecnológica de Nayarit, Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico. erendida.alvarez@utnay.edu.mx

civiles, se puede aprender desde el ámbito económico, político, social y sobre todo cultural”.

Se considera que en nuestro país la Animación Sociocultural forma parte de la educación no formal, pero, en definitiva, contribuye al desarrollo de las capacidades de los individuos, al fomentar la interacción, sana convivencia, cooperación, empatía, etc., valores que forman parte de una educación integral individual, pero también con repercusiones positivas en su entorno inmediato, como puede ser su grupo de clase, escuela o familia.

El diseño del Programa de Animación Turística y Sociocultural para Nivel Básico de Escuelas del Municipio de Tepic, propone mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje en los estudiantes, mediante la experiencia vivencial de la riqueza cultural con la que cuenta la ciudad de Tepic, a través de recorridos turísticos guiados, en donde aparecerán los diferentes personajes históricos, mismos que relatarán los acontecimientos más relevantes de su vida y su aporte a la cultura y desarrollo del lugar, y que ahora forman parte de nuestra historia común; al mismo tiempo, se busca fomentar entre los más pequeños los conocimientos, actitudes y valores para forjar en ellos una cultura que contribuya, en primer lugar, a fortalecer su identidad y sentido de pertenencia y, en segundo lugar, ser portavoces de la riqueza cultural de la ciudad.

Para lograr lo anterior, se propone el siguiente:

Objetivo general

Mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje en los estudiantes, mediante la experiencia vivencial de la riqueza cultural con la que cuenta la ciudad de Tepic, para forjar en ellos una cultura que contribuya fortalecer su identidad y sentido de pertenencia, y ser portavoces de la riqueza cultural de la ciudad.

Objetivos específicos:

1. Recabar la información general del municipio de Tepic, desde ubicación geográfica, historia y leyendas.
2. Realizar una reseña histórica de los sitios y personajes ilustres más relevantes que conforman el patrimonio cultural del municipio de Tepic.
3. Desarrollar actividades de animación teatralizada como recurso didáctico, para generar un aprendizaje significativo de la historia local.
4. Inventariar las escuelas públicas y privadas del municipio de Tepic
5. Gestionar los apoyos y facilidades de los diferentes actores involucrados como SEP, SEPEN, CONACULTA, INAH, Dirección de Turismo Municipal, Asociación de padres de familia, etc.

Todo lo anterior sin duda llevará a los niños a vivir un viaje de aventura y diversión al mismo tiempo que aprenden y valorizan su ciudad e historia.

Marco teórico

La Educación (animación) Sociocultural

De acuerdo con Viché (2009), la animación sociocultural se desarrolló durante los dos últimos siglos, como una práctica educativa tendiente a la creación de lazos sociales de estructuración del tejido ciudadano, estructuras que se fundamentan en el pleno desarrollo de las capacidades de los individuos y las colectividades en contextos sociales interactivos, basados en estructuras de comunicación y participación horizontales, bidireccionales y democráticas. La animación sociocultural se define como una práctica educativa no formal, o en su caso, no institucionalizada y no sistematizada, que tiene como objetivo el desarrollo de los individuos y las colectividades con el fin de estructurar redes de convivencia, cooperación y desarrollo colectivos. Cuando se habla de la animación sociocultural, se hace referencia a un proceso de educación integral y permanente, que afecta tanto al crecimiento individual como a las dinámicas del desarrollo comunitario. En consecuencia, se está haciendo alusión a una práctica educativa fundamental para el desarrollo democrático y sostenible de las comunidades locales, así como para el desarrollo armónico de las distintas individualidades que conforman cada una de estas comunidades sociales.

En este sentido, se considera necesario hablar clara y decididamente de la Educación Sociocultural cuando se refiere a las prácticas sociales que, históricamente y en contextos de influencia francófona, se denomina animación sociocultural. Este concepto supera la concepción tecnológica que entiende la animación sociocultural como una metodología de la intervención social para concebirla como una práctica educativa liberadora, democrática y participativa.

El término Educación Sociocultural supera igualmente las visiones estereotipadas tanto de la Animación Sociocultural como el de la Educación Especializada, para compaginar las funciones de promoción sociocultural, dinamización social, desarrollo individual y comunitario, creación, socialización, integración, inclusión y justicia social. Retoma la dimensión política de la educación, dimensión planteada por la Educación Popular y la Escuela Nueva durante la primera parte del siglo XX y que fue desarrollada por la educación liberadora y puesta en práctica por numerosas experiencias y proyectos educativos tanto en América Latina como en Europa. Una dimensión política que pone el énfasis en la toma de conciencia, la libertad, la creación de estructuras sociales solidarias, la democracia participativa, la justicia distributiva y el desarrollo sostenible (Viché 2009).

La práctica de la Educación Sociocultural: Agentes, escenarios y acciones.

La Educación sociocultural, como práctica social, ejerce una acción difusa en el seno de los colectivos y las redes sociales, esta acción difusa es fruto de las distintas individualidades y de la acción combinada de múltiples agentes sociales que actúan de forma aleatoria fruto de la acción social expresada por la teoría del Caos. No obstante, si se puede hablar claramente de una acción educativa sociocultural, fundamental para la estructuración y desarrollo de las redes y comunidades locales, es porque esta se hace visible en las dinámicas socioculturales a través de los diversos agentes mediadores, los distintos escenarios donde se hace presente y las distintas acciones que la materializan.

Pese a que la educación (animación) sociocultural está presente en las dinámicas sociales y comunitarias, se puede hablar de Animación Sociocultural y de Animadores (educadores) socioculturales en la medida que se hacen visibles y se contextualizan en las instituciones, colectivos y redes sociales. A continuación, se realiza un repaso a esta realidad educativa, a través de sus agentes, escenarios y acciones.

Los agentes:

Entre los distintos agentes mediadores en los procesos de Educación (animación) sociocultural se pueden encontrar:

- a) Las instituciones que intervienen desde un mandato democrático y ciudadano. Entre ellas cabe destacar a los Ayuntamientos, gobiernos estatales, gobierno federal.
- b) Las instituciones que intervienen a la luz de un ideario propio que estructura su proyecto educativo de actuación. Entre ellas destacan los Movimientos educativos y sociales, Las Iglesias y Congregaciones religiosas.
- c) Las instituciones que intervienen guiadas por los principios de la solidaridad, la cooperación y la Justicia Social. Son las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC).
- d) Los Colectivos Sociales que se estructuran alrededor de un objetivo común: interés, inquietud, reivindicación cívica, entorno de convivencia. Son las asociaciones culturales y sociales, asociaciones vecinales y de barrio, colectivos organizados en torno a un problema o reivindicación concreta, o las comunidades virtuales que se estructuran en Internet.
- e) Las empresas de animación y servicios culturales y educativos, tanto si generan programas y servicios propios como si trabajan por encargo de otra institución.
- f) Los medios de comunicación que generan formas de representación de la realidad social en función de sus intereses económicos y sociales, en la búsqueda permanente de audiencias.

g) Los agentes informales, visibles y ocultos que actúan en Internet bajo fines y motivos explícitos u ocultos.

Los escenarios:

Entre los distintos escenarios para de Educación (animación) sociocultural se pueden mencionar:

a) Los equipamientos especializados que asisten a un colectivo o tramo de edad concreta, o que responden a un objeto específico: cultura, tiempo libre, creación. Son los Centros Cívicos y Sociales, Las Casas de Cultura, Las Casas de Juventud, Centros de Tercera Edad, Centros de Ocio y tiempo libre, Ludotecas, Centros de vacaciones.

b) Los equipamientos urbanos específicos o indefinidos. Entre ellos cabe destacar los parques públicos, zonas de recreo, parques de atracciones o museos, salas de exposición, cines, teatros, parques temáticos y de ocio.

c) Los contextos colectivos multigeneracionales, capaces de crear un entorno de relación e interactividad multigeneracional. Son los entornos creados alrededor de Centros Educativos y Sociales abiertos a la comunidad. Este tipo de contextos integrados e integradores se pueden encontrar actualmente, como explican Orzechowski y Bonini (2007) en la propuesta educativa de los centros Don Bosco, contextos que integran en un mismo proyecto educativo: un centro escolar, un centro juvenil, diversas iniciativas deportivas y de encuentro cooperativo, así como un centro de orientación familiar, “basados en principios dogmáticos de Don Bosco, que desenvuelven un proceso educativo no formal relacionando con la educación y el trabajo”.

d) Las *cibercomunidades* que se estructuran en Internet alrededor de inquietudes e intereses comunes, que establecen identidades propias y redes de interactividad entre sus miembros.

e) Los micropoderes estructurados en Internet, a partir de la acción de determinados agentes, animadores y líderes virtuales capaces de generar dinámicas de adhesión e identificación, con ideas y acciones en la Red, capaces de participar e influir en el debate social.

Las acciones:

En el recorrido realizado a través de los agentes y escenarios de la educación sociocultural se han podido observar realidades donde se ve claramente la acción sociocultural y realidades donde la acción se presenta más difusa e indefinida. Para poder finalmente detectar la acción educativa sociocultural en las distintas dinámicas sociales, es necesario poder reconocerla a través de sus acciones concretas o actividades. Estas son:

- a) Los servicios o programas permanentes. Con una proyección a largo plazo y una acción cotidiana en el día a día de las comunidades. Estos son los servicios prestados por los equipamientos o programas permanentes de cultura, ocio y tiempo libre, promoción socioeconómica, atención socioeducativa, promoción juvenil, ocio activo en la tercera edad.
- b) Los proyectos a medio y corto plazo que intentan responder a demandas específicas, necesidades o inquietudes de las comunidades. Son los proyectos socioeducativos, de ocio y tiempo libre, culturales o de desarrollo comunitario (Viché, 2009).

El museo como instrumento pedagógico

El museo es un instrumento pedagógico, porque está formado por todos aquellos procesos educativos que comparten como mínimo dos de las tres siguientes características (Peláez, 2010):

Se dirigen prioritariamente al desarrollo de la sociabilidad de los sujetos. Gracias a las aportaciones que genera el museo, las dimensiones personales del individuo (intelectual, moral, artística, afectiva) pueden quedar cubiertas. También desde el museo se pueden hacer intervenciones para desarrollar la sociabilidad.

Tienen como destinatarios privilegiados a individuos o colectivos en situación de conflicto social. El museo ofrece muchas y distintas posibilidades para atender al público con necesidades especiales por razones sociales; así como a toda la población en general cuando se trata de prevenir y concienciar para prevenir, socializar, integrar, etc.

Tienen lugar prioritariamente en contextos o por medios educativos no formales”. El museo se encuentra en un “contexto social”, entendiendo por esto aquellos que se dan en ámbitos no escolares.

El museo como un espacio de animación sociocultural-gestión cultural

De esta definición se deduce que el museo como espacio sociocultural es una metodología y un modo de proceder, dinámico y vitalizador, aplicable a diversos ámbitos de la educación no formal; íntimamente relacionado con la acción socioeducativa de la atención a la infancia, juventud, adultos, tercera edad, población reclusa; es una forma de convertir en educativo el ocio y el tiempo libre.

El museo se puede ubicar dentro del grupo de proyección sociocultural de otras instituciones sociales, culturales y recreativas, ya que aquí se incluye todo el variopinto conjunto del asociacionismo de carácter abierto y no elitista, que configura la trama del tejido social. Un asociacionismo que promueve la participación ciudadana y que, por ello, tiene una proyección sociocultural de primer orden.

Una vez conocidas las funciones de la animación cultural es necesario considerar a la gestión cultural, que se presenta como línea de intervención alternativa a la animación sociocultural. Ambas son intervenciones compatibles e, incluso, deseables en una intervención que quiera ser verdaderamente global en un territorio.

La primera enfatiza la creatividad y la inteligencia social, y la segunda la creación, la difusión e intercambio de productos culturales. Ciertamente los dos tipos de intervenciones son diferentes. Pero la diferencia, no radica tanto en las metodologías y los objetivos, como en el “material” y en los “espacios” donde una y otra trabajan.

Al centrarse en los materiales permite dar énfasis de la intervención, que en la animación sociocultural se pone básicamente sobre la cultura como producto humano (de creación, difusión e intercambio), y en la gestión cultural es fundamentalmente sobre las relaciones humanas (como intercambio y puesta en común de la cultura). Una y otra pretenden como finalidad el crecimiento de la humanidad, como colectivo consciente de sus límites y posibilidades.

Es necesario hablar de las diferencias de espacios donde se desarrollan tanto la animación sociocultural como la gestión cultural. La animación sociocultural trabaja sobre todo en, y con centros cívicos, las casas de cultura, los clubs de jóvenes, adultos y ancianos, los centros asociativos, las comunidades de vecinos, etc. La gestión cultural, por su parte, trabaja fundamentalmente en, y con los museos, teatros auditorios, salas de exposiciones, etc. En definitiva, la gestión cultural constituye una metodología de intervención que pretende coordinar de una manera equilibrada los proyectos creativos gestados en un territorio con las necesidades y exigencias que este territorio plantea (Delgado, 1988):

Gestionar la cultura es gestionar el conflicto entre proyectos surgidos de iniciativas creativas (y, como tales, frecuentemente particularistas, centrifugas e individualistas) y las exigencias del territorio, que obligan a una visión de conjunto de las necesidades de participación, cooperación y solidaridad.

Se debe considerar a la animación cultural como el hecho de procurar que las personas entren, por su propia voluntad, en un proceso que tiende a convertirlas en elementos activos, protagonistas de su evolución positiva, lo cual implica un crecimiento cultural y social basado en el desarrollo de la comunidad en que viven.

Intentando recoger los componentes que se consideran más esenciales de la idea de animación sociocultural, se puede entender como: el conjunto de acciones realizadas por individuos, grupos o instituciones sobre una comunidad (o un sector de esta) y en el marco de un territorio concreto, con el propósito principal de promover en sus miembros una actitud de participación en el proceso de su propio desarrollo, tanto social como cultural.

De esta definición se deduce que, el museo como espacio sociocultural, es una metodología y un modo de proceder, dinámico y vitalizador, aplicable a diversos ámbitos de la educación no formal; íntimamente relacionado con la acción socioeducativa de la atención a la infancia, juventud, adultos, tercera edad, población reclusa, etc. Es una forma de convertir en educativo el ocio y el tiempo libre.

Metodología

Para la realización del presente trabajo se recurrió, en principio, a la investigación documental, a través de la recopilación de los diferentes materiales relacionados con el tema de estudio, principalmente en fuentes en internet, libros, revistas y folletos. Estas permitieron analizar los enfoques de diferentes autores, a fin de sustentar el planteamiento hecho a través de esta propuesta de animación sociocultural.

De igual manera se realizaron dos visitas de campo por cada museo, para conocer la situación actual que guardan en cuanto a su administración y servicios ofrecidos al público, encontrando gran apertura y disposición por parte de los responsables para el desarrollo de proyectos educativos. Una vez en los lugares, se aprovechó para realizar investigación transversal del tipo descriptivo para conocer el flujo de visitantes entre semana y fin de semana, así como sus gustos y preferencias por las salas de exhibición, edades, segmento de mercado, procedencia, etc. Resultado de ello, se pudo constatar que, desafortunadamente, existe muy poco interés por visitar estos espacios particularmente en fin de semana tanto del turismo nacional como de la población local.

Las fases para el desarrollo del proyecto, a continuación, se detallan:

Fase 1: Investigación De Mercados

- 1) Planeación de la investigación.
- 2) Recolección de datos.
- 3) Análisis de la información.
- 4) Presentación de resultados para la elaboración de los productos turísticos de animación turística y sociocultural.

Fase 2: Alianzas Estratégicas

Instituciones Públicas y Privadas del sector académico, turístico, comercial, asociaciones comunitarias, artesanos, etc.

Fase 3: Lanzamiento y promoción del programa

- I. Visitas a Escuelas Públicas y privadas.
- II. Plataforma digital (Web site oficial y Facebook).

Fase 4: Operación y seguimiento

- a) Charlas y Recorridos.
- b) Divulgación en medios digitales e impresos.
- c) Reportes mensuales de estadísticas de visitas a escuelas y recorridos guiados.

Presentación y análisis de resultados

El Programa de Animación Turística y Sociocultural para Nivel Básico de Escuelas del Municipio de Tepic, tiene como finalidad fomentar una cultura del uso adecuado del tiempo libre y la valoración del patrimonio cultural, a través de recorridos guiados con niños de primaria mayor (4to, 5to y 6to), considerando el involucramiento de diferentes actores de gobierno y comunidades locales.

Para ello se inició con un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), lo que permitió obtener un diagnóstico real de la situación que se tiene en el municipio. A continuación, se muestran los resultados del análisis:

Figura 1: Resultados del diagnóstico a través de la técnica FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Diversidad de atractivos naturales y culturales (materiales e inmateriales). -Producto turístico integral y diferenciado -Equipo de trabajo profesional y comprometido 	<ul style="list-style-type: none"> -No es prioridad por parte de las instituciones en materia turística y social para desarrollar proyectos de mayor impacto turístico. -Actualmente nadie opera productos turísticos de animación sociocultural en la ciudad de Tepic. -Insuficiencia de recursos materiales, técnicos y financieros para la promoción y difusión del programa. -Falta de oportunidades profesionales para especializarse en temas de la animación
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Existe una amplia oferta educativa de nivel básico pública y privada - Emprender la operación de productos turísticos de animación sociocultural en la ciudad de Tepic. -Diversificación y expansión del producto turístico a otros destinos locales y estatales. -Activación de los diferentes actores involucrados en la actividad turística. 	<ul style="list-style-type: none"> -Factores políticos y socioeconómicos que impacten significativamente en la población. -Delincuencia organizada. -Alertas sanitaria -Fenómenos fisiológicos (tormentas y huracanes)

Fuente: Elaboración propia (2023)

Se considera importante aclarar que el presente programa se encuentra en su primera fase de desarrollo, por lo que hasta el momento se cuenta con la siguiente información:

De acuerdo con la información publicada en la página oficial de la SEP Delegación Nayarit, ciclo escolar 2020 -2021 (Dirección General de Planeación, Programación y Estadística Educativa) existen 117 escuelas públicas y 28 escuelas privadas de educación básica (primarias) en el municipio de Tepic, con una población estudiantil total de 124,564 alumnos.

Se proyecta iniciar con un programa piloto denominado “Museos Vivos”, donde se involucrarán a 2 escuelas públicas, 2 escuelas públicas de zona marginada y 2 escuelas privadas. Se pretende trabajar los viernes, con un promedio por grupo de 25 alumnos. Se tiene considerado una rotación de actividades de 4 salidas por grupo durante el ciclo escolar, para conocer y vivenciar la historia a través de sus personajes en los 4 museos del Centro Histórico de la ciudad:

Museo Regional de Nayarit:

Ubicación: Av. México Nte. 91 Centro CP 63000 Tepic, Tepic, Nayarit

Reseña: La importancia de este museo radica en el hecho de que da cuenta de las diferentes tradiciones culturales del Nayarit prehispánico, desde sus manifestaciones más tempranas, como es la Tradición Concheros, del periodo formativo, en la que grupos humanos asentados en la costa, marismas y regiones deltaicas, llevaron a cabo una explotación sistemática de los recursos marítimos, dejando como evidencia de su ocupación temprana grandes montículos de concha; la Tradición Tumbas de Tiro, del Formativo Tardío y durante el periodo Clásico, con sus diferentes estilos cerámicos; así como el planteamiento de otras prácticas funerarias, como la llamada Urnas Mololoa, propia del Valle de Matatipac, lugar de asentamiento de la ciudad de Tepic (Disponible en: <https://concanaco.digital/conocemexico/atractivo/museo-regional-de-nayarit>).

Complementa la visión panorámica del proceso de desarrollo arqueológico nayarita, la conocida Tradición Cultural Aztatlán, correspondiente al Postclásico mesoamericano (850-1350 d.C.), para cerrar con algunas manifestaciones arqueológicas del Postclásico tardío, previo a la época del contacto y conquista española. (Disponible en: <https://lugares.inah.gob.mx/en/museos-inah/exposiciones/11800-1466-exposici%C3%B3n-permanente-del-museo-regional-de-nayarit.html>).

Es un edificio del siglo XVIII, de dos plantas, construido en adobe, que alberga en su parte histórica, siete salas de exposiciones permanentes -tres en planta baja y cuatro en planta alta- que dan cuenta de la arqueología de las distintas tradiciones culturales del Nayarit prehispánicos (Disponible en: <https://www.wdestinos.com/destinos-turisticos/2742/museo-regional-de-nayarit>)

Personajes: Conchero, Corinca y princesa Mololoa

Museo de los Cinco Pueblos:

Ubicación: Av. México 115 Nte. Centro CP 63000 Tepic, Tepic, Nayarit

Reseña: Promueve y difunde la cultura del pueblo nayarita, ofreciendo un viaje a través de las regiones de los pueblos nayaritas y su cultura, ritos, vestimenta, tradiciones, gastronomía, música y objetos rituales de las etnias, además de coloridas obras de arte de pintores y artesanos de la región. El museo forma parte del Centro Cultural de los Cinco Pueblos, que en conjunto consta de varias salas que contienen el acervo físico y digital, lo que lo convierte en el lugar más indicado para realizar estudios e investigaciones sobre las lenguas, costumbres, imágenes, y otros temas acerca de los coras, huicholes, tepehuanos, mexicaneros y mestizos, (https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=1507/), Consta de dos salas, una permanente y una temporal.

Personajes: Rey Nayar y marakame wixarika.

Casa Museo Juan Escutia:

Ubicación: Miguel Hidalgo 71 Ote. Centro CP 63000 Tepic, Tepic, Nayarit

Reseña: La importancia del Museo radica en que Juan Escutia nació en Tepic el 22 de febrero de 1827 y que se ha convertido en un ejemplo fundamental para la niñez y juventud nayarita.

Cuenta con tres salas de exhibición:

Sala 1 El contexto local de Juan Escutia: Se recrea el ambiente familiar y social en el que transcurrió la infancia y juventud de Juan Escutia en Tepic.

Sala 2 La Construcción del compromiso: Se explican las condiciones políticas en las que transcurrió la vida de Juan Escutia y que lo llevaron a tomar la decisión de partir hacia el H. Colegio Militar. En particular, se le da relevancia a la participación de esta región en el contexto de la resistencia general del país a la intervención de Estados Unidos. Paralelamente, se documenta la determinación de Juan Escutia en participar en la defensa del país con la consecuente pérdida de su vida.

Sala 3 La acción heroica: Se ponen en relevancia las consecuencias de la acción heroica. De qué manera esta es remontada dentro de la historia oficial y de qué manera puede tener lecturas que sirvan a la juventud contemporánea. (Disponible en: <https://hotelesfray.com/guia-turistica/museos/museo-juan-escutia/>).

Personajes: Juan Escutia y padres de Juan Escutia

Casa Museo Amado Nervo:

Ubicación: Zacatecas 284 Nte. Centro CP 63000 Tepic, Tepic, Nayarit

Reseña: Casa en la que nació el poeta Amado Nervo el 27 de agosto de 1870. En sus salas y vitrinas se muestra una colección de objetos que pertenecieron al bardo nayarita, entre los que se encuentran fotografías, manuscritos y el mobiliario original de la sala. Cuenta con las siguientes salas:

Sala 1: Muestra los primeros años de vida del poeta hasta sus 13 años.

Sala 2: Describe su paso por Jacona y Zamora en Michoacán, su regreso a Tepic y su incursión en las letras, así como el tiempo que vivió en Mazatlán y su colaboración para el periódico el correo de la tarde.

Sala 3: Muestra su afición por la Astronomía, su residencia en México y su interacción con escritores y artistas de la época, su colaboración con diversos periódicos y revistas de corte literario y su primera estancia en Europa, donde conoce al escritor uruguayo Rubén Darío y a Ana Cecilia Daillez, quien posteriormente se convirtió en su pareja sentimental.

Sala 4: Continúa con la narración de su vida, esta vez en España, la pérdida de su madre y su pareja, momento en el que escribe la *La Amada Inmóvil*, pasajes de su vida diplomática y su encomienda como ministro Plenipotenciario en Argentina y Uruguay, donde muere el 24 de mayo de 1919.

(Disponible en: https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=271)

Personajes: Nana y Amado Nervo

Fuentes de Financiamiento y/o apoyo:

- 1) Asociación de padres de familia (Tarifa por parte de las escuelas participantes)
- 2) SECTUR Delegación Nayarit (gestión de subsidios a escuelas públicas particularmente las de zonas marginadas).
- 3) SEP Delegación Nayarit (gestión de subsidios a escuelas públicas particularmente las de zonas marginadas).
- 4) Asociación de Hoteles y Moteles de Tepic (gestión con materiales impresos de promoción y publicidad).
- 5) Dirección de turismo municipal de Tepic (turibus de la ciudad)

Conclusiones

Con base en los objetivos planteados se puede concluir lo siguiente:

Durante la presente investigación se realizó acercamiento con diferentes responsables de museos del centro histórico de Tepic, obteniendo información valiosa tanto del personal administrativo como de los visitantes.

Actualmente se cuenta con una base de datos real tanto de las escuelas públicas como privadas del municipio de Tepic.

Se logró inventariar el patrimonio cultural material e inmaterial de la ciudad de Tepic así como identificar a los personajes más emblemáticos de la historia que por su vocación de servicio, valentía y grandeza merecen ser recordados y valorados por todas las generaciones presentes y futuras (Ver Anexos).

Se cuenta con una metodología clara para desarrollar el programa.

Si bien es cierto que el factor tiempo es una limitante para ver materializado el programa, no se descarta la posibilidad de continuar desarrollando las siguientes fases del programa.

Este proyecto de animación en algún momento va a permitir dar vida a cada momento, a cada experiencia, a cada espacio abierto o cerrado, a cada circunstancia y situación, a cada etapa de vivencia del estudiante a través del diálogo, el encuentro y el reencuentro consigo mismo y con los demás, oportunidades únicas que enriquecen como seres humanos.

Recomendaciones

Incluir en las políticas públicas este tipo de programas de animación sociocultural para beneficio de todos, ya que con ello no solo se preserva y salvaguardan los recursos culturales, sino que son motivo de orgullo e identidad colectiva.

Se recomienda ampliamente implementar una segunda etapa donde se desarrollen otros productos de animación como: “Culturas Vivas”, ya que muy cerca de la ciudad de Tepic existen pueblos originarios wixarikas y naayaris (huicholes y coras), cuya riqueza cultural es de gran valor ya que a través de ellos se pueden conocer otras formas de comprender la vida y su interacción con el universo a través de sus ofrendas, danzas y ceremonias.

Implementar un programa de monitoreo y evaluación del programa que permita dimensionar de manera real los alcances y limitaciones del proyecto.

Fortalecer las alianzas estratégicas entre los diferentes sectores de la población.

Referencias

- Animación sociocultural: su papel en la educación infantil*. (2019, febrero 25). Formainfancia; Formainfancia European School. <https://formainfancia.com/animacion-sociocultural-educacion/>
- Delgado, E. (1988). *La gestión cultural en los 90*. Educar, (13), 095-103.
- Guía Turística. ¡Qué Lindo es Tepic y Todo Nayarit! (S/f-b). Visitatepic.com. Recuperado el 2 de enero de 2023, de <https://www.visitatepic.com/Guias/GuiaTuristica.pdf>
- Guía Turística. ¡Qué Lindo es Tepic y Todo Nayarit! (S/f-b). Visitatepic.com. Recuperado el 2 de enero de 2023, de <https://www.visitatepic.com/Guias/GuiaTuristica.pdf>
- López, P. (2015). Patrimonio Arquitectónico e Histórico del Estado de Nayarit. Universidad Autónoma de Nayarit. Mexico.
- Museos en Tepic, Nayarit: 6: Sistema de Información Cultural-Secretaría de Cultura*. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 5 de enero de 2023, de http://sic.gob.mx/lista.php?table=museo&estado_id=18&municipio_id=17
- Orzechowski, S. T., & Bonini R. (2007). O trabalho educativo no Instituto Educacional Dom Bosco de Guarapuava: um novo olhar sobre a prática pedagógica. *Quaderns d'animació i educació social*, (5), 13. En <http://quadernsanimacio.net>
- Peláez Cantero, A. R. (s/f). “EL MUSEO COMO INSTRUMENTO PEDAGÓGICO”. Csif.es. Recuperado el 2 de enero de 2023, de https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Nu_mero_37/RAQUEL%20PELAEZ%20CANTERO_1.pdf
- Trottier, C. R., Paquette, C., Angers, P., & Bouchard, C. (1981). Le Projet Educatif. *Canadian journal of education*, 6(2), 146. <https://doi.org/10.2307/1494795>
- Uan, M. D. (s/f). *Especial Feria del Libro Gran Nayar 2015*. Universidad Autónoma de Nayarit. Recuperado el 2 de enero de 2023, de <https://www.uan.edu.mx/especial-feria-del-libro-gran-nayar-2015/se-habla-del-patrimonio-e-historia-de-nayarit-en-la-uan>
- Viché González, Mario (2009). La Educación (animación) Sociocultural o la dimensión política de la educación. [quadernsanimacio.net nº9](https://docplayer.es/10190283-La-educacion-animacion-sociocultural-o-la-dimension-politica-de-la-educacion-mario-viche-gonzalez.html). Disponible en: <https://docplayer.es/10190283-La-educacion-animacion-sociocultural-o-la-dimension-politica-de-la-educacion-mario-viche-gonzalez.html>
- Villages vacances et séjours tout compris - VTF*. (s/f). Vtf-vacances.com. Recuperado el 24 de septiembre de 2022, de https://www.vtf-vacances.com/fr_FR/
- Voyages scolaires et éducatifs en France*. (s/f). Vtf-vacances.com. Recuperado el 24 de septiembre de 2022, de <https://scolaires.vtf-vacances.com/>

Anexos

I. PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL

- 1.1 Catedral De Tepic
- 1.2 Ex Convento De La Cruz De Zacate
- 1.3 Fábrica Textil De Bellavista
- 1.4 Museo Amado Nervo
- 1.5 Museo De Arte Contemporáneo
- 1.6 Museo De Los 5 Pueblos
- 1.7 Museo Juan Escutia
- 1.8 Museo Regional De Antropología E Historia
- 1.9 Palacio De Gobierno
- 1.10 Plaza De Armas

	<p>1.1 CATEDRAL DE TEPIC</p> <p>La construcción se inició en 1750 y terminó en 1885. El edificio es de estilo neogótico con fachada de cantera y portada de dos cuerpos; a los costados presenta esbeltas torres de tres niveles, rematadas por un cupulín con linternillas; su interior posee un decorado con relieves vegetales dorados y altares de estilo neoclásico.</p>
	<p>1.2 EXCONVENTO DE LA CRUZ DE ZACATE</p> <p>Una placa nos indica que fue 1540 cuando se fundó este templo. Aloja la famosa cruz considerada milagrosa y fue justo en este lugar en donde estaba dibujada en el suelo cubierta de zacate que los franciscanos decidieron levantar el templo. La gente aún cree en sus milagros y muchos van a visitarla dejando una placa a su lado, imagen que por sí misma vale la pena</p>

	<p>la visita. Incluso dicen que a la cruz jamás se le da mantenimiento.</p>
	<p>1.3 FÁBRICA TEXTIL DE BELLAVISTA</p> <p>De estilo neoclásico y construida en 1841 con ladrillo traído de Europa. El patio estaba rebosante de rosales, con una fuente de cantera al centro, que sirve para resguardar un monumento realizado con parte de la maquinaria de la fábrica. El edificio posee un museo histórico con maquinaria, documentos y fotos de su época de esplendor.</p>
	<p>1.4 MUSEO AMADO NERVO</p> <p>Esta es la ciudad natal del reconocido poeta mexicano y justo en la casa que alberga el museo nació un 27 de agosto de 1870. Abriendo sus puertas en 1970 fue totalmente restaurado en 1999. En las tres salas puedes aprender todo sobre la vida y obra de Amado Nervo, adquirir conocimientos generales sobre la ciudad en esa época y disfrutar de retratos del poeta. Por el sólo hecho de entrar a la casa en donde nació tan distinguido personaje vale ir.</p>
	<p>1.5 MUSEO DE ARTE CONTEMPORANEO</p> <p>En un edificio neoclásico construido en 1911, se abren las puertas de este museo que lleva el nombre de la reconocida pintora nayarita que nació en esta ciudad en 1917. En las salas se exhiben piezas de la plástica nayarita, se imparten talleres y conferencias, se presentan libros, entre otros eventos culturales. La Casa Aguirre, nombre del edificio, es un espectáculo en sí y</p>

	<p>es considerado monumento histórico por el INAH.</p>
	<p>1.6 MUSEO DE LOS 5 PUEBLOS</p> <p>Este edificio cuenta con cinco salas de exhibición, en las cuales se presentan piezas representativas del arte popular nayarita, como alfarería, talla en madera, cestería y muebles, Los objetos son, sobre todo, coras, tepehuanos y huicholes.</p>
	<p>1.7. MUSEO JUAN ESCUTIA</p> <p>Juan Escutia nació en Tepic en 1827 precisamente en esta casa que ahora abre sus puertas para que puedas recorrer sus salas. No sólo podrás admirar algunos de los objetos personales y condecoraciones militares de este soldado, a través de sus piezas el museo también narra parte de la historia de México. Así que, en tu paso por Tepic, no dejes de visitarlo que fue cuna y hogar de este Niño Héroe que sólo 17 años después moría honrando a su país.</p>

	<p>1.8 MUSEO REGIONAL DE ANTROPOLOGIA E HISTORIA</p> <p>Edificio que fue construido a mediados del siglo XVIII y que consta de dos plantas.</p> <p>Actualmente es una de las construcciones coloniales mejores conservadas del estado.</p>
	<p>1.9 PALACIO DE GOBIERNO</p> <p>Edificio erigido en el siglo XIX con dos cuerpos y remate, así como un torreón de planta semicircular en cada esquina. El interior cuenta con siete naves con bóvedas de cañón corrido, que se unen en un pequeño patio con una cúpula en el centro, donde observamos los espectaculares murales del maestro José Luis Soto realizados en 1975 y en los cuales apreciamos escenas alusivas a la Independencia, la Reforma y la Revolución mexicana.</p>
	<p>1.10 PLAZA DE ARMAS</p> <p>De planta rectangular, con áreas ajardinadas, un hermoso hemisiciclo de columnas jónicas en cantera, fuentes, una estatua de bronce del hijo pródigo, Amado Nervo, y una enorme columna con la cual se conmemora la pacificación de Tepic en 1873. Durante varios años esta ciudad fue blanco de los ataques del guerrillero “El Tigre de Álica”.</p>

II. PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL




2.1. Fiesta De La Santa Cruz De Zacate



2.2. Feria Nacional Tepic

2.3. Fiesta De La Virgen Del Carmen

	<p>2.1 FIESTA DE LA SANTA CRUZ DE ZACATE</p> <p>El 3 de mayo para celebrar el día de la Santa Cruz, se realizan actividades festivas en el templo de la Cruz del Zacate.</p>
	<p>2.2 FERIA NACIONAL TEPIC</p> <p>En marzo se celebra la Feria de Nayarit con exposiciones culturales, conciertos, artesanías y gastronomía.</p>
	<p>2.3 FIESTA DE LA VIRGEN DEL CARMEN</p> <p>El 16 de julio se celebra la fiesta de la Virgen Del Carmen y en las calles abundan los escapularios con su imagen.</p>

III. PERSONAJES ILUSTRES DE NAYARIT

	<p>Rey Nayar. Inmortal figura del gran caudillo Cora, valiente legislador y shaman (religioso) indígena llamado Naye o Nayeri. Defensor de la tribu cora, fundador del reino de Huacica o de Xécora que tuvo su asiento en la Mesa de El Nayar. Por más de dos siglos fue adorado por los coras. Por la grandeza de este Gobernante, somos nayaritas. Nayarit significa hijo de Dios que está en el cielo y en el sol.</p>
	<p>Manuel Lozada. Fue un caudillo indígena que se apodó como “el tigre de Álica”, y el cual luchó durante la guerra de reforma contra las fuerzas de Sebastián Lerdo de Tejada con la intención de mejorar las condiciones agrarias y campesinas.</p>
	<p>Amado Nervo, nacido en Tepic, Nayarit, sin duda es uno de los personajes más importantes de nuestro estado, sus poemas han llegado alrededor del mundo y también siendo conocido en el mundo de la política por su puesto como secretario de la embajada de México en Madrid. Este personaje es un icono de nuestro estado y de la literatura mexicana.</p>

	<p>Juan Escutia. Nacido en Tepic, es uno de los próceres de la nación gracias a su valentía por defender a toda costa nuestra patria de las tropas invasoras, no cabe duda de que esta acción ha quedado grabada en la historia del país y podemos decir orgullosamente que el cadete Juan Escutia nació en nuestro hermoso estado de NAYARIT.</p>
	<p>Antonio Rivas Mercado. Arquitecto, ingeniero y restaurador Tapícense. Su obra más notable y conocida es la columna de la independencia, en la Ciudad de México y el icónico Teatro Juárez de Guanajuato.</p>

Capítulo 2

Animación Sociocultural de Turismo Activo y Deportes de Aventura en el Corredor Turístico Volcán Imbabura

Edwin Agustín Carrión Albuja²

Resumen

El presente trabajo se considera de tipo descriptivo, en éste se utilizó el método inductivo-deductivo para el análisis conceptual del turismo alternativo, deportes y aventura, así como las definiciones de la animación sociocultural. El objetivo principal de la propuesta radica en determinar las potencialidades para el desarrollo de proyectos de animación sociocultural en turismo alternativo, activo y deportes de aventura en el corredor turístico volcán Imbabura, en Ecuador, capitalizando las fortalezas territoriales: ubicación geográfica, patrimonio cultural, naturaleza, recursos turísticos, accesibilidad, oferta y demanda. Se realizó un análisis cualitativo del patrimonio natural y cultural del inventario en el que están clasificados, ordenados, jerarquizados y evaluados los atractivos turísticos. Asimismo, se obtuvo información relevante sobre la situación del turismo en el corredor, la perspectiva y desarrollo de la actividad a través de fuentes secundarias y la entrevista a profundidad a especialistas en turismo, sobre la aplicación de un programa de animación sociocultural. La presente propuesta se entiende como novedosa, destinada a atender una demanda creciente y especializada de turistas que viajan a destinos que poseen una naturaleza en estado puro, interacción con las culturas locales y realización de actividades deportivas en escenarios poco intervenidos.

De los resultados obtenidos se puede afirmar que la animación sociocultural en el corredor turístico “Taita Imbabura”, se presenta como una alternativa para realizar actividades educativas para la preservación de la cultura local, los ecosistemas, la puesta en valor, la integración y participación activa de las comunidades campesinas el mejoramiento de la calidad de vida.

Palabras clave: Turismo activo, Animación sociocultural, Patrimonio

² Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo (RECINATUR). Otavalo, Ecuador agustincarrion@recinatur.org

Introducción

La pandemia del COVID 19 generó una crisis sanitaria, económica y humanitaria a nivel mundial, jamás vista en las épocas actuales. Muerte, devastación económica, cierre de empresas, despidos, pérdida del empleo, convulsión social aguda, recesión económica sin precedentes. La industria turística fue una de las más afectadas por la pandemia, los cierres de hoteles y empresas, así como toda la cadena de valor generó la pérdida de millones de empleos, en Ecuador se habla de una pérdida de 142,000 directos y 500,000 vinculados de manera indirecta al turismo.

Ante este escenario, un creciente número de comunidades rurales y campesinas de la provincia de Imbabura, Ecuador, buscan afanosamente nuevas formas de ingresos y empleo que complementen los limitados resultados de las actividades agrícolas y pecuarias de subsistencia. Para ello es necesario destacar que, en muchas comunidades se evidencia una economía de auto sustento, una parte importante de la producción es consumida por la familia y un remanente nada importante se comercializa en los mercados locales.

Una de las opciones de política económica y social con más peso para la reactivación productiva del campo, reside en la diversificación de las actividades no agrícolas y pecuarias. El turismo, la cultura, las artesanías, la gastronomía, las pequeñas industrias domésticas y los emergentes econegocios en las comunidades campesinas y rurales andinas, encuentran un espacio vital en sus territorios, para mitigar relaciones de pobreza extrema, ya que poseen un legado patrimonial natural y cultural de enorme importancia y, es ahí donde la animación sociocultural encuentra una oportunidad para dinamizar los procesos naturales y culturales a través de la educación, la misma que desarrolla un conjunto de prácticas sociales con conciencia participativa, dinamizando e innovando sistemas comunicacionales para dar a conocer la esencia de la comunidad a los turistas y visitantes, por otro lado la animación propicia el mejoramiento de la calidad de vida comunitaria y el mantenimiento de la cultura, su dinamización y puesta en valor.

El turismo ha demostrado una alta capacidad catalizadora con respecto a otros sectores productivos y actores económicos, actuando como el eje transversal dinámico de las actividades económicas y empresariales en todos sus niveles, estimula de manera efectiva la economía local, generando ingresos y empleo que contribuyen a mitigar situaciones de extrema pobreza.

El turismo alternativo que cuenta con modalidades como el ecoturismo, agroturismo, turismo verde, comunitario, cultural, vivencial, familiar, activo y deportes de aventura, encuentran en este corredor la oportunidad de desarrollarse por la presencia de sitios naturales propicios para la práctica: montañas, ríos, cascadas, lagos, colinas, cuevas, bosques primarios y otros, así como las manifestaciones culturales de los pueblos que lo habitan.

El turismo activo y deportes de aventura es una actividad turística que se realiza en espacios naturales, naturales protegidos, que requiere de una dosis media de destrezas y capacidades físicas motoras y psicológicas, cuya motivación es aprovechar el tiempo libre (ocio) y destinarlo a la práctica de deportes en la tierra, agua, aire, nieves, lechos marinos, hielo, en grupos de interés comunes y encontrar una alta dosis de satisfacción personal al realizarlos y practicarlos.

Hasta hace pocos años el turismo de aventura se consideraba como un pequeño nicho de mercado del sector turístico, pero hoy en día se ha convertido en un negocio cada vez más internacional con una facturación global estimada de 263,000 millones de dólares anuales, según los cálculos de la Adventure Travel Trade Association (ATTA), entidad que representa más de 300 empresas turísticas especializadas de 69 países (Hosteltur, 2016).

La actividad turística activa y de deportes de aventura genera una dinámica socio económica en las comunidades rurales, que implica la creación de fuentes de empleo, que deriva en el mejoramiento de los ingresos familiares ya que la actividades agropecuarias y artesanales no les permite gozar de una economía familiar estable, que vaya a mejorar su calidad de vida.

El turismo es un sector que genera beneficios para las comunidades locales; la animación sociocultural motiva a adoptar conductas para la conservación y la preservación, de la misma manera impulsa la construcción y mejoramiento de servicios complementarios: el alojamiento, la presencia de operadoras turísticas locales, agencias de viajes, la guianza, la gastronomía, la animación entre otros.

En la sección destinada al Marco Teórico, se establece la posición geoespacial del país y la provincia, una breve descripción histórica, se tomaron en cuenta los recursos y atractivos del volcán Imbabura para proponer un producto de animación sociocultural y turística como: El lago San Pablo, La Cascada de Peguche y la Plaza de los Ponchos.

A través de teorías, principios y conceptos generales del turismo, se aborda las definiciones y características del turismo alternativo y deportes de aventura, sus diversas tipologías, el turismo social, turismo sustentable, mismo que es de estricto cumplimiento en la planificación turística, con apego a la Agenda 2030 y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenibles Globales (ODS), interconectados y diseñados para ser un plan para lograr un futuro mejor y más sostenible para todos.

Por otro lado, es necesario definir lo que es un inventario turístico, conceptualizar a la animación sociocultural, los actores de la animación, los roles de los animadores, la recreación, el tiempo libre y el ocio, los procesos de administración y gestión de la animación en la estructura organizacional, el diseño, operación y control de los programas de animación, el diseño de productos turísticos, la comercialización.

En la Investigación Empírica, la información está metodológicamente organizada en dos apartados: por una parte, el inventario de recursos para conocer el patrimonio natural y cultural, los factores físicos geológicos y biológicos que posee el territorio del corredor; por la otra, los resultados de la entrevista a profundidad a expertos en turismo quienes con sus opiniones orientaron la propuesta, así mismo para una mejor comprensión se elaboraron cuadros y tablas con información relevante.

Finalmente, en la última sección de este capítulo, se elabora y diseña un producto de animación turística y sociocultural, siguiendo estrictamente la metodología propuesta en el curso “Formador de Formadores en Animación Turística y Sociocultural, dictada por la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior de Turismo y Gastronomía (AMESTUR), vía *online* desde la ciudad de México en el año 2022, y que consta de las siguientes fases: Selección de la idea, estudio socioeconómico, diagnóstico turístico, estudio de mercado, estudio técnico, aspectos financieros, la comercialización del producto sociocultural (Módulos 5 y 6). Se presentan las conclusiones de manera analítica, intentando responder a la información y datos obtenidos en el estudio.

Marco teórico

Bibliografía de Soporte especializada

Las investigaciones sobre la Animación Sociocultural en Ecuador son aún escasas, la necesidad de diversificar los servicios turísticos provoca que se busquen alternativas de ofertas disruptivas e innovadoras, en especial aquellas que ofrezcan una nueva manera de ver e interpretar al turismo y sus recursos, la integración, inclusión y participación de la comunidad con sus prácticas sociales, culturales y educativas, encuentra en la animación turística y sociocultural un elemento de cohesión, identidad y desarrollo convirtiéndose en un gran desafío.

En los Manuales del Curso “Formador de Formadores en Animación Turística y Sociocultural” antes mencionado, los conceptos teóricos y prácticos se constituyen en una herramienta básica para la elaboración del presente producto de animación sociocultural, un extracto de la información y aspectos más importantes se presenta en la tabla 1:

Tabla 1: Bibliografía de soporte especializada del Curso

Tipo	Título	Resumen de datos de Interés
Documento Módulo. 1	Recreación, Ocio y Tiempo Libre	[...]Para aquellos que intentamos analizar, comprender e incidir en las prácticas sociales del tiempo libre, la temática es más compleja ya que debemos circunscribir el concepto a ideas que puedan ser descritas, comparadas y generalizadas a efectos de generar un conocimiento ordenado, jerarquizado, con posiciones coherentes y demostrables. Dr. Luis Efraín Pérez Pérez; Mtro. Raúl

		Ernesto Paredes Polanco; Dra. Adriana Esther Estrada González.
Documento Módulo.2	Introducción al campo de la Animación Turística y Sociocultural. (En el contexto del Turismo Social y el Modelo Francés)	La animación sociocultural en Ginebra se construyó en gran parte con referencia a las corrientes de la educación popular francesa y los movimientos comunitarios en América Latina. Es parte de un movimiento de ideas cuyas acciones apuntan al desarrollo social y cultural de los individuos dentro de los grupos y la comunidad en la que viven. La acción tiene sus raíces en el espacio local, que es el lugar donde las relaciones formales e informales pueden ponerse en juego; estos dan la oportunidad de experimentar los "ingredientes" que ayudan a actuar para una "buena convivencia". Mtro. Juan Manuel Garza del Valle. Mtra. Leticia Guadalupe Trejo Leal.
Documento Módulo.3	Administración y Gestión de la Animación en la Estructura Organizacional.	Planeación e identificación de los distintos organigramas que conforman los equipos de entrenamiento, perfiles de los puestos, organización interna, método de control de nómina, gastos y presupuesto departamental, estableciendo de manera eficiente la administración y la gestión del departamento de Animación, y su estructura organizacional. Lic. Guillermo Andrés Marín Valenzuela
Documento Módulo. 4	Diseño, Operación y Control de los Programas de Animación.	Teniendo en cuenta lo anterior pasemos a definir lo que es “Un Programa de Animación”, es la base, la columna vertebral de la oferta de ocio , de actividades y de entretenimiento de un establecimiento turístico siendo este es un documento de carácter global que incluye la relación ordenada y balanceada de cada una de las actividades recreativas, deportivas y socioculturales que se desarrollarán en un establecimiento turístico durante un período de tiempo más o menos largo dependiendo del éxito que mantengan. Mtro. Antonio García Latorre.
Documento Módulo.5	Diseño de Productos Animación.	Desde el punto de vista del consumidor, el producto turístico comprende la completa experiencia desde que sale de su domicilio habitual hasta que regresa a él. El producto turístico, a la vez está compuesto de numerosos productos turísticos específicos, tales como: transporte, alojamiento restaurantes y numerosos servicios complementarios como el producto de animación turística y sociocultural. El diseño de un producto animación, es una de las actividades más importantes en la vida de un producto turístico en cualquier región. La base del producto animación es el rescate de los recursos naturales y culturales que le darán vida al productor animación. Dra. María Guadalupe Alicia Navarro Flores Mtro. Luis Carlos Canto Concha.

Documento Módulo.6	Comercialización de los Programas y Productos de Animación.	La relación comercial entre el producto de animación y los usuarios de este yace dentro de un entorno fuera de la organización. Esto quiere decir, que hay variables que no se pueden controlar; sin embargo, se pueden predecir. El análisis del entorno ha adquirido una importancia creciente, Y se debe a los cambios constantes de las necesidades de los consumidores, por ello las estrategias de comercialización debe tener una postura reactiva Y de respuesta a posteriori ante los cambios. Dr. Oscar Ernesto Hernández Ponce.
-----------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia con datos a partir de los módulos del 1 al 6 (AMESTUR, 2022)

Ubicación geoespacial del territorio Ecuador y la provincia de Imbabura

Ecuador, oficialmente República del Ecuador, es un país situado en la región noroccidental de América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el océano Pacífico. Cuenta con las siguientes extensiones: Continental 262,826 Km² y región Insular 7,844 Km², totalizando una extensión territorial de 270,670 km² (INOCAR, 2011). El país es surcado de norte a sur por una sección volcánica de la Cordillera de los Andes con más de 80 volcanes, siendo el más alto el Chimborazo con 6,310 msnm. Al oeste de los Andes se encuentra el golfo de Guayaquil y una llanura boscosa y al este la Amazonia. El territorio ecuatoriano incluye las oceánicas Islas Galápagos a 1000 km del oeste de la costa, en el continente posee aproximadamente 1,500 kilómetros de playas (Indubalsa, 2015).

Actualmente es uno de los países más tradicionales y culturalmente mejores conservados del mundo, tiene dos nominaciones para el Patrimonio Cultural de la Humanidad, dos por Patrimonio natural de la humanidad y más de veinte candidatos para otras conmemoraciones de la UNESCO, que lo distinguió con el primer lugar en su Índice Anual de Retiro. El país recibió en el mes de julio del 2020, veintinueve nominaciones dentro de 22 categorías en la XXIX entrega de los World Travel Awards (WTA) edición Sudamérica. Asimismo, diversas empresas del sector turístico nacional fueron nominadas en categorías propias del ámbito privado (Ecuador, 2022).

La Provincia de Imbabura

Limita con la provincia de Pichincha al sur, con Esmeraldas al occidente, con la provincia de Carchi al norte y la provincia de Sucumbíos al oriente. La capital de la provincia de Imbabura es Ibarra y las principales ciudades son Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui, Pimampiro y Urcuquí.

Aparte de sus lagos, cascadas, ríos, planicies, páramos entre otros, la provincia tiene muchos otros puntos de interés, por ejemplo, los volcanes Imbabura y Cotacachi, el Parque Nacional Cotacachi Cayapas cuya extensión es de 243,639 Km². La provincia también es conocida por sus contrastes poblacionales, es así como la población está marcada por diferentes factores

demográficos: Mestizos, indios, negros, montubios, cholos. Desde siempre fue núcleo de artesanías y cultura, tiene tres zonas climáticas: la primera cálida y seca o estepa conocida como la Hoya del Chota donde también se encuentra la capital de Imbabura, la cálida subtropical andina, conocidas como la zona de Intag y la de Lita y, por último, la sierra andina (INEC, 2015).

Un dato importante que destacar es que el 17 de abril de 2019, fecha en que el Consejo de Geoparques Mundiales de la UNESCO designa a Imbabura como Geoparque mundial, el primero de los Andes; asimismo, en su territorio se encuentra el Parque Nacional Cotacachi Cayapas, con una importantísima biodiversidad, también posee dos Pueblos Mágicos: Cotacachi y San Antonio de Ibarra.

El Volcán Imbabura

El Instituto Geográfico Militar del Ecuador nos da la siguiente ubicación. El volcán Imbabura se encuentra al SO de Ibarra provincia de Imbabura de la cumbre máxima: a 4,650 metros sobre el nivel del mar.

Margaret Hart (2014), manifiesta en el Dossier para la creación del Geoparque Mundial UNESCO Imbabura, y recoge el simbolismo del volcán:

Taita Imbabura se impone en el horizonte, majestuoso, por encima del Lago San Pablo, lago glaciar, conocido previo a la colonización española como Imbacucha”. El volcán se conoce popularmente como Taita Imbabura (Padre Imbabura) y se venera como protector de toda la provincia. El nombre, por lo tanto, simboliza entrar en un mundo donde la vida se desenvuelve en armonía con la naturaleza/Pachamama, y donde la gente protege a su etno-ecoesfera. El nombre también se asocia con las raíces históricas, culturales y lingüísticas de la provincia donde el idioma Kichwa y los valores tradicionales indígenas siguen siendo valores de uso cotidiano, sobre todo en las parroquias rurales que predominan en los seis cantones (p.7).

Turismo activo y deportes de aventura

Siguiendo a González (2006), quien plantea el binomio semántico Deporte-Turismo versus Turismo-Deporte, representa en estos momentos una oportuna y estratégica combinación y unión afectiva, empresarial y comercial, que funciona de forma extraordinaria, en el actual mercado turístico con futuro y éxitos muy esperanzadores, donde cada día existe un considerable y creciente aumento de nuevos clientes, usuarios, turistas y viajeros que demandan una mejora en la calidad, variedad y diversidad de un mayor número de actividades físico-deportivas-recreativas para facilitar la optimización de las soñadas y anheladas vacaciones activas.

Autores como Chirivella, *et al.* (2006), y González A. (2006) lo definen como: viaje o excursión, que se realiza con la finalidad de practicar actividades deportivas de recreo o de

aventura al aire libre, con las cuales se persigue obtener una realización personal del practicante, sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la naturaleza, tierra, agua o aire y a las cuáles es inherente por mínimo que sea, cierto esfuerzo físico o destreza (participación activa).

El objetivo entonces es la práctica de actividades deportivas de recreación, de aventuras en espacios naturales y en el ambiente a través del cual el turista o los grupos persiguen y obtienen una satisfacción personal con esfuerzo, desarrollando competencias y destrezas que desemboca en bienestar psíquico, espiritual y de manera especial corporal (Antonio G. , 2016:137).

Los recursos turísticos

La Organización Mundial del Turismo (OMT, hoy ONU Turismo), lo define como todos aquellos bienes y servicios presentes en un determinado ámbito geográfico, capaces de atraer por sí mismo visitantes y que hacen posible la actividad turística, satisfacen las necesidades de la demanda, mediante la actividad del hombre y de los medios que cuenta.

El Inventario Turístico

La OMT (1989) define al inventario turístico como “el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que, como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país, proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico”.

El Lago de San Pablo

El Lago de San Pablo, es un hermoso ojo de agua que se encuentra custodiado por el majestuoso volcán Imbabura, a tan solo 5 minutos de la ciudad de Otavalo. (<https://ec.viajandox.com>, 2016)

Es el lago más grande de la provincia de Imbabura. Está situado en una región densamente poblada por comunidades

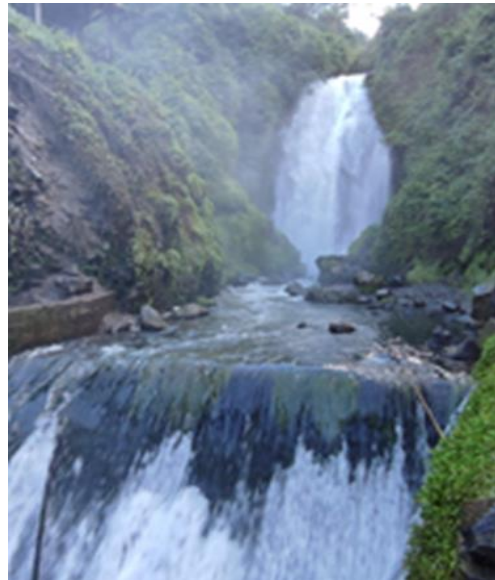


indígenas, es uno de los 28 lagos con que cuenta esta provincia. Está ubicada a 4 km de la ciudad de Otavalo, está rodeado por totoras que se utiliza para la elaboración de artesanías. Es un óvalo irregular de 3.5 x 2.2 km con un espejo de agua de aproximadamente 583 hectáreas con una profundidad aproximada de 83 m Su temperatura media general es de 18 °C. La fauna que tiene la laguna es eminentemente ictiológica y una variedad importante de

aves. Lo más destacado del lago de San Pablo es la práctica de deportes acuáticos y de altura (<https://ec.viajandox.com/otavalo/lago-de-san-pablo-A240>, 2016).

La Cascada de Peguche

Se trata de un salto de agua de aproximadamente 25 metros de altitud, utilizada en rituales ancestrales por la comunidad indígena, específicamente por la etnia indígena Quichua Otavalo, considerado uno de los pueblos nativos más representativos del Ecuador, con costumbres, tradiciones y creencias milenarias, cuya cosmovisión está estrechamente vinculada con la posición de la tierra en relación al sol; siendo los solsticios y equinoccios, los que definen sus principales festividades: Pawkar Raymi (21 de marzo), Inti Raymi (21 de junio), Kulla Raymi (22 de septiembre) y Kapac Raymi (21 de dic.) (<https://www.goraymi.com/es>, 2017)



La Plaza de los Ponchos

Es un espacio de convivencia de Otavalo desde 1870, cuando el expresidente de la nación Gabriel García Moreno decretara que los domingos se podían vender ahí artesanías locales. Su diseño actual data de 1972, realizado con financiamiento del gobierno de Holanda y apoyo del Instituto de Antropología de Ecuador. Pero su origen real se encuentra en el siglo XVI, cuando los mindaláes o indígenas mercaderes lo ocupaban para sus intercambios comerciales.



Los habitantes han conservado por cientos de años sus prácticas en la elaboración de textiles y artesanías heredadas de generaciones anteriores. Es una de las más grandes ferias al aire libre de Sudamérica, al concentrar a miles de artesanos que en su mayoría pertenecen al grupo étnico kichwa. Su mayor importancia es en los sábados, por la afluencia de visitantes locales, regionales, nacionales e internacionales que además de adquirir productos en venta,

aprecian la vestimenta indígena de mujeres elegantemente vestidas con blusas bordadas y anacos. (<https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/otavalo>, 2017).

Definiciones de la animación sociocultural

Existe una diversidad importante de conceptos y definiciones de los que es y constituye la Animación Sociocultural, así tenemos que "...es el conjunto de prácticas sociales que tienen como finalidad estimular la iniciativa y participar de las comunidades en el proceso de su propio desarrollo y en la dinámica global de la vida sociopolítica en que están integradas" (UNESCO, 1982).

Asimismo, Xavier (1997) afirma lo siguiente:

La ASC es un proceso susceptible de intervención tecnológico-educativa en una comunidad delimitada territorialmente, que tiene por objetivo convertir a sus miembros individual y socialmente considerados, en sujetos activos de su propia transformación y la de su entorno, de cara a la consecución de una mejora de su calidad de vida". (Úcar, <https://dialnet.unirioja.es>, 1997)

Continuando con las acepciones más importantes de la ASC tenemos la siguiente:

Un conjunto de técnicas sociales que, basadas en una pedagogía participativa tiene por finalidad promover prácticas y actividades voluntarias, que, con la participación activa de la gente, se desarrollan en el seno de un grupo o comunidad determinada y se manifiesta en los diferentes ámbitos del desarrollo de la calidad de la vida" (Ezequiel Ander-Egg.p.14).

El Animador sociocultural

El Animador es el personaje más importante dentro de los grupos a los cuales dirige, se constituye en un referente y alcanza la categoría de "Líder" siendo la persona que conduce a los demás a alcanzar los objetivos y conducirlos al éxito del conocimiento. Su liderazgo se evidencia por la alta capacidad de unir a los miembros del grupo, tiene competencias especiales de conductor grupal demostrando en todo momento profesionalismo, conocimiento, responsabilidad y una alta capacidad para resolver problemas, es un motivador en todo momento para que los aprendizajes lleguen a los turistas sin ningún tipo de interferencia.

Son múltiples los atributos que debe tener una animados sociocultural, la lista es extensa según varios autores; por nuestra parte añadiremos que debe tener además las siguientes competencias:

1. Valores éticos y morales
2. Conocimiento
3. Emprendedor

4. Amplitud perceptual
5. Creatividad e innovación
6. Inteligencia social
7. Orientación al logro
8. Pensamiento sistémico
9. Mentalidad intercultural
10. Desarrollador de contenidos culturales y trasmisor de relatos comprobados

La Recreación

La recreación es la sumatoria de experiencias agradables derivadas de actividades sociales, culturales deportivas, artísticas y otras que dejan emociones perdurables en los turistas o personas que asisten a estos eventos de manera voluntaria: hablarán de ellas y recomendarán a otros para su consumo.

Como lo señala Luis Efraín Pérez, *et.al.*, en el Módulo 1 Recreación, ocio y tiempo libre (Amestur 2022)

En todos los casos existe una relación marcada entre una temporalidad encarnada en los términos tiempo libre u ocio, una acción concreta sobre la realidad, un grado de libertad expresado en la selección de la acción y, una satisfacción compensatoria o creativa que supone el fin a lograr con la actividad (p. 9)

La gestión administrativa y de animación en las empresa y organizaciones turísticas

Como lo propone Guillermo Andrés Marín Valenzuela (2022) facilitador del Módulo Administración y gestión de la animación en la estructura organizacional, quien manifiesta que:

Este proceso es importante ya que la organización debe ser de manera estructurada y sistémica, organizar y planear su estructura administrativa en la cual se consideran los siguientes aspectos: elaboración de organigramas, manual de funciones y procedimientos de cada uno de los miembros del equipo del departamento de animación, la adquisición de equipos, vestuarios, escenarios, inventarios, manejo de personal, responsables, presupuestos, inversiones, cronogramas para brindar experiencias notables y profesionales duraderas a los turistas. La comunicación es un aspecto importante para el buen desempeño del equipo de animación (p.31).

Diseño, operación y control de los programas de animación

Un programa de animación es una propuesta ordenada, planificada y que busca llegar a los objetivos deseados. El Mtro. Antonio García Latorre (2022), lo define de la siguiente manera:

Un Programa de Animación, es la base, la columna vertebral de la oferta de ocio, de actividades y de entretenimiento de un establecimiento turístico siendo este es un documento de carácter global que incluye la relación ordenada y balanceada de cada una de las actividades recreativas, deportivas y socioculturales que se desarrollarán en un

establecimiento turístico durante un período de tiempo más o menos largo dependiendo del éxito que mantengan (p5).

En él se establecen los procedimientos que deben seguir los animadores y el personal involucrado para dar el servicio en función de la demanda y exigencias de los visitantes. Debe generar efectos emocionales y cognitivos en los turistas, creando satisfacción en el servicio de animación recibido.

Diseño de Productos Animación

Este es un momento importante ya que se está planificando y elaborando el producto de animación turística. La Dra. María Guadalupe Navarro Flores y el Mtro. Luis Carlos Canto, (2022) en el Módulo 5, mencionan que:

Al hablar de un producto de animación turística y sociocultural, se pueden derivar algunas implicaciones importantes tales como: la operación del producto de animación turística sociocultural que se desarrolla en las instalaciones del oferente; es decir, es el espectador o el participante quien se mueve a las instalaciones donde se ofrece el producto de animación. Otra característica del producto de animación turística y sociocultural radica en la inseparabilidad, es decir existe siempre un contacto entre las personas que operan el producto de animación y los participantes. Por ello es de suma importancia al momento de diseñar el producto de animación, considerar todos los aspectos que tiene que ver con el personal de contacto y su relación con los usuarios (p.4).

Fases para el diseño de un producto de Animación

Las siguientes son las fases que se debe cumplir para la creación de un producto de animación turística. La integración del inventario de atractivos turísticos es importante para determinar el tipo de producto a ofertar en función de los atributos y potencialidades del mismo. Un inventario es “un catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada” (Tabares, 2003)

1. Selección de idea
2. Estudio geo-socio económico
3. Diagnóstico Turístico
4. Estudio de mercado
5. Estudio Técnico
6. Aspectos Financieros

Comercialización de los Programas y Productos de Animación

Una de las etapas más críticas de un proyecto es establecer los canales de comercialización de productos y servicios. Producir no es una tarea compleja ni difícil, venderlos sí. En las últimas décadas y de manera particular durante la pandemia de la COVID 19, el mundo cambió y con ello el turismo, el sector evolucionó radicalmente, la sociedad mutó, hubo que

reinventar a todo el sector ya que las circunstancias así lo obligaban, los procesos de digitalización se hicieron urgentes ya que la demanda turística, evolucionó ante las circunstancias de la pandemia, nació un nuevo consumidor del turismo y los servicios; nuevas expectativas y preferencias en productos y servicios eran demandados, el turismo de aproximación, el ecoturismo, turismo cultura, el turismo activo y deportes de aventura se iban consolidando en los mercados.

El Dr. Óscar Ernesto Hernández Ponce, (2022) facilitador del Módulo 6. Comercialización de los Programas y Productos de Animación (Amestur) plantea la siguiente reflexión:

De manera urgente los prestadores de servicios y organizaciones turísticas orientaron todas sus acciones a una nueva dinámica que exigía cambios irreversibles en la presentación de la oferta, uso de la tecnología para la promoción y comercialización se hicieron evidentes. El cambio constante y acelerado es una característica en los tiempos actuales lo cual ha llevado a que las organizaciones estén en constante adaptación y continuamente estén cambiando sus estrategias de comercialización. Es por ello por lo que las organizaciones están haciendo análisis del entorno para identificar las necesidades del consumidor y con ello utilizar todas las herramientas de la mercadotecnia moderna, para hacer llegar el producto de animación a los usuarios finales. La relación comercial entre el producto de animación y los usuarios de este yace dentro de un entorno fuera de la organización. El análisis del entorno ha adquirido una importancia creciente, se debe a los cambios constantes de las necesidades de los consumidores, por ello las estrategias de comercialización debe tener una postura reactiva y de respuesta a posteriori ante los cambios (p.5).

Estructura de comercialización

Las siguientes etapas constituyen la estructura ordenada para llevar adelante la comercialización de productos turísticos:

- 1) Mercado
- 2) Producto
- 3) Precio
- 4) Plaza
- 5) Canales de distribución: (directos, indirectos, internet)
- 6) Promoción dirigida en tiempo real: (web)
- 7) Publicidad
- 8) Postventa

Investigación empírica

En esta sección se abordan dos temas esenciales: por un lado, el inventario turístico utilizando la técnica de la observación para referir las características más importantes del atractivo: clasificación, jerarquización, calidad, apoyo y significado.

Por otro lado, la entrevista en profundidad, que es una técnica de Investigación cualitativa, en la que el entrevistador guía la conversación, pero concede espacio al entrevistado para que exprese sus propios puntos de vista. (https://es.wikipedia.org/wiki/Entrevista_abierta, s.f.).

La entrevista es importante y se constituye en una técnica cualitativa para la búsqueda de información, especialmente de personas con vastos conocimientos y experiencias en temas específicos, con los cuales se establece un vínculo de empatía entre entrevistador y entrevistado para que fluya una comunicación que aporte a los objetivos de la investigación, se aplica a expertos en temas turísticos para conocer sus percepciones sobre el turismo alternativo, activo y deportes de aventura en el corredor del volcán Imbabura y la elaboración de un producto de animación sociocultural.

Objetivo General

Determinar las potencialidades para el desarrollo del turismo alternativo, activo y deportes de aventura, en el corredor turístico volcán Imbabura, capitalizando los aspectos claves de las fortalezas territoriales: ubicación geográfica, aspectos culturales, naturales, accesibilidad, oferta.

Objetivos Específicos

1. Identificar en el inventario los recursos turísticos ubicados en la microrregión del volcán Imbabura, para desarrollar un producto de animación sociocultural turística: clasificación, jerarquización y evaluación.
2. Conocer la opinión de expertos nacionales sobre la realidad y prospectiva de la actividad turística alternativa en el corredor del volcán Imbabura, para proponer un producto de animación sociocultural como mecanismo de apoyo a la comunidad, que promueva el desarrollo económico y social de las poblaciones vinculadas y con ello el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.
3. Determinar las actividades turísticas más relevantes en el corredor y constituir un producto de animación, que contribuya al desarrollo del territorio orientado al progreso y crecimiento de las familias campesinas, para valorar su entorno, acrecentar su identidad elevando la autoestima a través de la animación socio cultural.

Método

En la realización del presente capítulo se utilizaron los siguientes métodos:

Método Inductivo – Deductivo. - Los conocimientos previos sirvieron de base para poder realizar deducciones y definir características generales de la problemática. Se aplicó especialmente en el trabajo de campo, para interpretar los datos y establecer las características geológicas del territorio.

Método Analítico. – Se realizó un proceso de recolección de datos, tanto en fuentes primarias como en secundarias, el componente teórico fue sometido a un análisis crítico en busca del contexto más adecuado y pertinente para el desarrollo del trabajo.

Método Sintético. - Todos los datos recopilados fueron registrados en forma de cuadros, gráficos y síntesis para facilitar la comprensión del trabajo desarrollado.

Jerarquización de los atractivos turísticos

La metodología que dispone el Ministerio de Turismo del Ecuador (Minitur, 2017) para la jerarquización de los atractivos es la siguiente.

- I. Jerarquía 1. Atractivo sin mérito suficiente para ser considerado a nivel de otras jerarquías, pero forma parte del patrimonio turístico como elemento complementario a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de las unidades que integran el espacio turístico.
- II. Jerarquía 2. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o receptivo que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales y atrae al turismo fronterizo.
- III. Jerarquía 3. Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno y en menor porcentaje el internacional ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- IV. Jerarquía 4. Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

Los siguientes son los criterios para jerarquización de los atractivos:

- | | |
|---|---|
| a. Accesibilidad y Conectividad | f. Actividades que se practican en el atractivo |
| b. Planta Turística y Servicios | g. Difusión del atractivo |
| c. Estado de conservación e integración sitio / entorno | h. Tipo de visitantes y afluencia |
| d. Higiene y Seguridad Turística | i. Recurso Humano |
| e. Políticas y Regulaciones | |

Resultados del Inventario

El número de atractivos naturales y culturales que constan en el inventario del corredor turístico Taita Imbabura es de 113, en la siguiente figura se expresa la jerarquización de estos en función del grado de importancia por sus atributos y cualidades.

Tala 2: Jerarquización de los atractivos

Jerarquía	Valor	Natural	Cultural	Porcentaje
Jerarquía	V	0	0	0%
Jerarquía	IV	0	0	0%
Jerarquía	III	5	37	37%
Jerarquía	II	29	40	61%
Jerarquía	I	2	0	2%
TOTAL		36	77	113

Fuente: Elaboración propia con datos del Inventario Corredor Imbabura (2022)

Del inventario realizado se evidencia que las parroquias y comunidades asentadas en el corredor Taita Imbabura de población mayoritaria indígena y que representan a los pueblos diversos, poseen una rica cultura que se expresa en su producción espiritual, mental y material, sus ritos, fiestas, prácticas sociales. Los atractivos inventariados deben ser puestos en valor por la comunidad para darles un soporte turístico y de producto de animación sociocultural que implique su consumo por su calidad y características particulares de cada uno.

De los datos del inventario se procedió a hacer una valoración de los atractivos turísticos por parroquias para determinar cuáles se direccionan a actividades ecoturísticas, turismo rural, turismo activo y deportes de aventura para elaborar un producto de animación turístico y sociocultural.

En resumen, obtenemos que el ecoturismo alcanza 22 sitios como oferta, el turismo rural 93, y el de aventura y deportes activos 127, lo que demuestra que el turismo alternativo tiene todas las posibilidades reales de desarrollarse en esta micro región asistida con la animación sociocultural que le dará potencia y calidad

Entrevista en profundidad

La entrevista a profundidad como técnica de recolección de datos proporciona información real suficiente y confiable sobre la potencialidad del corredor, ponerlo en perspectiva para conocer su desarrollo, realizar pronósticos y estimaciones, medir el grado de satisfacción de la demanda y proyectar la propuesta. Fue aplicada en el mes de octubre del 2022. Se pidió la colaboración a 7 expertos académicos de las Universidades: Técnica del Norte y de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a fin de cumplir con los siguientes objetivos:

Objetivo I. Determinar la importancia de la provincia de Imbabura como destino turístico, en la modalidad de turismo activo y deportes de aventura y cuál la importancia de la práctica de esta modalidad turística en el corredor del volcán Taita Imbabura.

Objetivo II. Conocer los criterios de los expertos sobre la animación sociocultural y determinar si es ofertado por la planta hotelera como parte de la oferta de servicios turísticos.

Objetivo III. Orientar medidas conducentes para mejorar la experiencia en la práctica del turismo activo y deportes de aventura a través de la animación sociocultural; así como sugerir actividades complementarias que contribuyan a diversificar la oferta y buscar estrategias para el posicionamiento de la imagen de Imbabura como destino turístico de calidad.

Resultados de la Entrevista en profundidad

La entrevista en profundidad tiene como objetivo conocer la visión que tienen los expertos sobre la práctica de turismo activo, deportes de aventura en el corredor turístico Taita Imbabura, así como se podría mejorar y diversificar la oferta turística a través de productos de animación sociocultural, integrando a la comunidad anfitriona para revalorizar, dinamizar la cultura y con ello mejorar la calidad de vida de sus miembros.

Cuestionario de la entrevista en profundidad

1. En su concepto, ¿cuál es la imagen que se tiene de Imbabura como destino de turismo activo y deportes de aventura?

La provincia de Imbabura cuenta con valioso patrimonio cultural, natural y geológico, tiene lugares privilegiados para realizar el turismo activo, turismo de aventura, al momento se puede observar que el turismo activo ha adquirido gran relevancia, en los diferentes atractivos naturales existentes.

2. ¿Qué opinión le merece la práctica del turismo Activo y deportes de aventura en el corredor del Volcán Imbabura?

El corredor del volcán Imbabura cuenta con varios sitios y atractivos naturales que facilita realizar el tracking y el desarrollo de deportes de aventura, actividades que se pueden realizar a lo largo de su recorrido, para lo cual es necesario proponer nuevas prácticas de turismo activo y de aventura.

3 ¿Qué criterio tiene sobre la Animación Sociocultural?

La animación sociocultural es de vital importancia a la hora de hacer turismo, la práctica social y la interacción con la comunidad, permite el desarrollo de las capacidades y aptitudes de la persona en el grupo para realizar actividades turísticas, lúdicas, culturales y físico-recreativas.

4 ¿Conoce usted si los hoteles y las operadoras turísticas de Imbabura ofrecen servicios de animación sociocultural como parte de la oferta?

Muy poco se conoce que en la oferta turística y hotelera de la provincia de Imbabura ofrezcan servicios de animación sociocultural, estas actividades se deberían implementar para

beneficios de los turistas, las mismas que brindan una agradable estancia y disfrute de su tiempo libre.

5 ¿Se podría considerar a la práctica de turismo activo y deportes de aventura en el corredor del volcán Imbabura, conjuntamente con productos de animación sociocultural y turística, ¿cómo una oportunidad de desarrollo social y económico de las comunidades en la era post Covid -19?

Siendo el turismo uno de los sectores más afectados por la pandemia de COVID-19 de los cuales tuvo un fuerte impacto económico para todos los países, consideramos que en la era post Covid-19 es una gran oportunidad el desarrollo de la práctica de turismo activo y deportes de aventura en el corredor del volcán Imbabura, actividad que permitirá el desarrollo social y económico para las comunidades.

6. ¿Cree Ud. que desarrollar productos de animación sociocultural y turísticos como parte de la oferta, generaría una mayor participación de los turistas en actividades y acciones que apunten al desarrollo social y cultural de las comunidades asentadas en el corredor del volcán Imbabura?

El desarrollo de nuevos productos turísticos como la animación sociocultural claro que generaría una mayor participación de los turistas, promoviendo nuevas alternativas de desarrollo sustentable, la suma de los recursos turísticos, los servicios turísticos como alojamiento, alimentación actividades turísticas permitirá conocer las distintas modalidades de turismo de aventura.

7. ¿Considera usted que es importante desarrollar productos de animación sociocultural y turística en el corredor Taita Imbabura?

En la actualidad es prioritario presentar nueva oferta turística e innovadora, la misma que ayudará a fomentar e incrementar el turismo en el corredor Taita Imbabura al crear productos de animación y recreación turística será un atractivo más para motivar al viajero ampliar su estadía.

8. ¿Considera importante para el desarrollo del turismo, activo y deportes de aventura, conjuntamente con la animación sociocultural en particular, la colaboración y coordinación entre los agentes públicos, privados, comunitarios, academia, gremios, asociaciones de nuestra provincia?

La comercialización de la cadena del turismo en Imbabura, frecuentemente se ha venido desarrollando de forma individual, es importante trabajar con los diferentes actores como: entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades para conseguir un desarrollo turístico potencial, ofertando el turismo activo y deportes de aventura.

CREACIÓN DEL PRODUCTO DE ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL: “Otavalo más que un destino una emoción”

Estudio socio geoeconómico

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo (PDOT, 2017), así como la página web oficial de Municipio de Otavalo (www.otavalo.gob.ec) arroja los siguientes datos:

- Provincia: Imbabura
- Cantón: Otavalo
- Región: Sierra Norte
- Cabecera cantonal: San Luis de Otavalo
- Superficie (km²) urbana: 82,10; rural: 424,37; total cantón 507,47 km²
- Población urbana: 44.536
- Población rural: 65.925
- Población total: 110.461
- Fecha de creación: 25 de junio de 1824
- Idioma oficial: castellano y kichwa
- Moneda: dólar norteamericano

Ubicación geográfica

El cantón Otavalo está situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura. Tiene una superficie de 507 kilómetros cuadrados, según los nuevos límites otorgados por el Gobierno Municipal descentralizado de Otavalo (GADs).

La ciudad de Otavalo se localiza al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, capital provincial se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar

Entorno físico

Hay diferencias altitudinales, desde los 1.100 m s.n.m. en la zona de Selva Alegre, hasta los 4.700 m s.n.m. en el volcán Imbabura. La temperatura promedio es de 14 grados centígrados.

Entorno social y cultural

El cantón Otavalo, así como la mayoría de los poblados de la sierra ecuatoriana posee una diversidad étnica y cultural que los caracterizan, por ello es importante resaltar la composición de la población desde su autodefinición étnica, dando cuenta de la predominancia de los habitantes indígenas en el cantón Otavalo. La población indígena se encuentra distribuida en todo el territorio del cantón, en el espacio urbano y principalmente

en las comunidades rurales. La nacionalidad Kichwa, con el pueblo Otavalo y un porcentaje del pueblo Kayambi se asientan en este cantón y constituyendo el 57,24% de la población total de Otavalo. Seguido tenemos a la población mestiza que representa el 40,3%. El restante, 2,46% está compuesta por población auto considerada “Blanca”, “Afroecuatoriana”, “Mulata”, “Montubia”, “Negra” y otras autodefiniciones.

Entorno económico

El cantón Otavalo está dedicado en gran parte a la producción y comercialización artesanal e industrial de diferentes productos, como textiles, sombreros, instrumentos musicales, entre otros. La actividad artesanal representa una de las principales fuentes de ingresos que poseen los habitantes en Otavalo, luego está el comercio de alimentos, el turismo y finalmente la agricultura y la ganadería.

Las artesanías y el turismo son actividades de mayor desempeño y que atraen, son sectores que dinamizan la economía de Otavalo, pese a que la comercialización de las artesanías ha decaído en los últimos años debido entre otros motivos a la incorporación de artesanías peruanas y colombianas en el mercado local de Otavalo y a la decadencia en la calidad de los productos elaborados.

El cantón Otavalo, cuenta con vías de acceso de primer y segundo orden la Panamericana (E 35) lo atraviesa permitiendo el flujo vehicular a través de la autopista Ibarra, Otavalo, Cajas con 4 vías de ida y vuelta; así mismo posee una oferta de empresas de transporte inter e intra cantonal e interprovincial, servicio de buses, taxis, camionetas de carga, cuenta con infraestructura sanitaria: hospital, clínicas particulares, servicios de alcantarillado, agua potable, luz eléctrica, calles adoquinadas, aceras, bordillos, parques, plazas, mercados, servicio de internet, la ciudad cuenta con agencias bancarias y cooperativas de Ahorro y Crédito, cajeros automáticos, señalética.

Diagnóstico Turístico

Según el Plan de Desarrollo Turístico de Cantón Otavalo 2020 – 2025, Otavalo constituye el principal destino turístico en la sierra norte del Ecuador y uno de los principales lugares de visita del turismo receptivo que llega al país, debido a poseer el mercado artesanal más importante y grande de Sudamérica. Se estima que Otavalo recibe al rededor 250,000 visitantes al año con fines turísticos constituyéndose en uno de los sitios preferidos en el Ecuador tanto para el turismo interno como para el receptivo en lo que a compras de artesanías y atractivos culturales se refiere. El turismo ha sido identificado como principal eje de desarrollo económico local ya que recibe visitas turísticas todos los días del año.

Tabla 3: Establecimientos turísticos de la ciudad de Otavalo 2020

Empresas turísticas	Número
Agencias de Viajes	10
Alojamiento	43
Alimentos y bebidas	16
Restaurantes	31
Servicio de transporte turístico	1

Fuente: Elaboración propia (PDTCO 2020).

Tabla 4: Valoración de los atractivos turísticos para Animación sociocultural

	Atractivo	Activo/ Ecoturismo	Turismo Rural/ cultural	Turismo de Aventura
1	Laguna de San Pablo (Imbakucha)	4	4	4
2	Cascada de Peguche	4	4	4
3	Plaza de lo ponchos	4	4	3

Fuente: Elaboración propia 2022

Análisis y jerarquización de los recursos inventariados

El producto de animación sociocultural “*Otavalo más que un destino una emoción*”, integra 3 atractivos que, por su importancia, localización, difusión, accesibilidad constituyen la materia prima del producto y sobre los cuales realizamos la propuesta: Lago de San Pablo, Cascada de Peguche y Plaza de los Ponchos.

Los indicadores y criterios tomados en cuenta para la jerarquización de los atractivos que componen el producto de la animación sociocultural son los que se expresan en la siguiente Figura.

Tabla 5: Jerarquización de atractivos Turísticos para el producto de animación sociocultural

Indicador	Atractivos	Jerarquización
Accesibilidad y Conectividad	Laguna de San Pablo, Cascada de Peguche, Plaza de los Ponchos	4
Planta Turística y Servicios	Laguna de San Pablo, Cascada de Peguche, Plaza de los Ponchos	4
Estado de conservación e integración sitio / entorno	Laguna de San Pablo, Cascada de Peguche, Plaza de los Ponchos	4
Higiene y Seguridad Turística	Laguna de San Pablo, Cascada de Peguche, Plaza de los Ponchos	4
Políticas y Regulaciones	Laguna de San Pablo, Cascada de Peguche, Plaza de los Ponchos	3
Actividades que se practican en el atractivo	Laguna de San Pablo, Cascada de Peguche, Plaza de los Ponchos	4

Difusión del atractivo	Laguna de San Pablo, Cascada de Peguche, Plaza de los Ponchos	4
Tipo de visitantes y afluencia	Laguna de San Pablo, Cascada de Peguche, Plaza de los Ponchos	4
Recurso Humano	Laguna de San Pablo, Cascada de Peguche, Plaza de los Ponchos	3

Fuente: Elaboración propia en base al Inventario (2022).

Tabla 6: Definición de actividades que pueden desarrollarse con base a la vocación de los recursos.

TIERRA	Montañismo, cañonismo, escalada, espeleísmo, ciclismo de montaña, caminata, rappel, cabalgata, senderismo, tracking, ciclo montañismo, orientación, 4x4, barranquismo, puéting, ascencionismo, fotografía deportiva, visitas a las comunidades, visita plaza de ponchos.
AIRE	Vuelo en globo, vuelo en alas delta, vuelo en parapente, paracaidismo.
AGUA	Buceo Autónomo, buceo libre, descenso en ríos, kyaquismo, canopy, pesca recreativa, tabla vela, hidro pedal, remo, esquí acuático, tubing, caballos de totora, paseos en lancha.

Fuente: Elaboración propia a partir de Picornell *et al.* (2014:229).

En el corredor turístico existe el talento humano, la infraestructura indispensable en la mayoría de las parroquias que cuenta con agua potable, alcantarillado sanitario, luz eléctrica, vías de comunicación carrozables de primer y segundo orden, internet y tecnología que permiten una buena comunicación de difusión de los atractivos.

Estudio de mercado

Análisis de la demanda

Según el Estudio Integral de turismo internacional en el Ecuador, (Ministerio de Turismo, 2018), la provincia de Imbabura recibió la visita del 18% de los extranjeros que llegan al Ecuador.

Se estima que Otavalo recibe al rededor 250,000 visitantes al año con fines turísticos, constituyéndose en uno de los sitios preferidos en el Ecuador, tanto para el turismo interno como para el receptivo, en lo que a compras de artesanías y atractivos culturales se refiere. El turismo ha sido identificado como principal eje de desarrollo económico local ya que recibe visitas turísticas todos los días del año; así mismo se estima una población flotante los fines de semana de entre 10,000 a 20,000 visitantes muchos de ellos con fines eminentemente comerciales, cuyos productos se comercializan en las calles y mercado de ponchos de la ciudad de Otavalo.

Al no tener estadísticas oficiales que hayan sido realizadas tanto por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GADs) de Otavalo y el ministerio de Turismo regional Norte, se estima de

manera empírica en función de algunas conversaciones con empresarios turísticos quienes estiman los siguientes porcentajes de visitas turísticas y que se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 7: Número de turistas, gasto y pernoctaciones			
Turistas	Porcentaje	Gasto Promedio en dólares americanos	Tiempo de pernoctaciones/noches
Turistas Extranjeros	62%	250,00	2
Turistas Nacionales	38%	100,00	1

Fuente: Elaboración propia a partir de empresarios turísticos (2022)

En función de datos obtenidos, tanto del departamento de Turismo del GADs de Otavalo y de los empresarios turísticos (hoteleros) se realiza el siguiente perfil del turista que visita Otavalo.

Tabla 8: Perfil del turista que visita Otavalo		
1	Grupos etario	Primer Grupo: 14 – 25 años: estudiantes Segundo Grupo: 25 – 60 Profesionales, Tercer grupo 60- 80 años Pensionistas Generación Silenciosa (1926 - 1945) Baby Boomers (1946 - 1960) Generación X (1961 - 1981) Generación Y o Millenials (1982 - 2001) Generación Z (2001 a la fecha)
2	Nivel Social y Económico	Clase media y media alta, profesionales con títulos de grado y postgrado, ingresos superiores a 24.00 dólares anuales.
3	Realiza viajes	En pareja, familia y grupos.
4	Es un consumidor múltiple.	Solicita experiencias sociales, culturales, deportivas, religiosas, de naturaleza o una combinación de ellas.
5	Es más culto que el turista medio	Se informa y desea aprender y satisfacer más inquietudes en diversos campos.
6	Fragmenta sus vacaciones	Prefiere realizar varios viajes vacacionales en diferentes períodos del año.
7	Reclama opciones múltiples	Compara las diferentes ofertas y selecciona la que más se ajusta a sus expectativas.
8	Gusta descubrir destinos alternativos	Se deja tentar por destinos vacacionales que pueden ser cercanos y conocidos, o muy remotos y exóticos de largo recorrido.
9	Consume, pero sin malgastar	Está dispuesto a conocer nuevos productos y destinos sin descuidar el precio que deberá sufragar por ellos.
10	Desea realidades y no promesas	Es muy exigente con lo que se le ofrece y desea tener experiencias acordes con la información que posee.
11	Es activo y emprendedor	Demuestra mucho interés en participar en actividades en los sitios que visita.
12	Se interesa por lo social y lo ambiental y lo tecnológico	Posee una conciencia social y ambiental más desarrollada que la del turista medio.

13	Busca establecer una nueva sociabilidad sociocultural	Busca entablar relaciones con otras culturas en la óptica de enriquecer la visión de su propio medio o entorno de origen.
----	---	---

Fuente: Elaboración propia a partir de Maldonado (2012)

Análisis de la oferta

En Imbabura existe una importante capacidad instalada a nivel de prestadores de servicios turísticos: 767 empresas catastradas por el Ministerio de Turismo con capacidad de 2.842 habitaciones hoteleras (8.544 plazas de alojamiento) y 39.771 plazas para servicios de alimentos y bebidas, generando trabajo directo para 3.423 personas (Ministerio de Turismo, 2018).

Definición del mercado meta

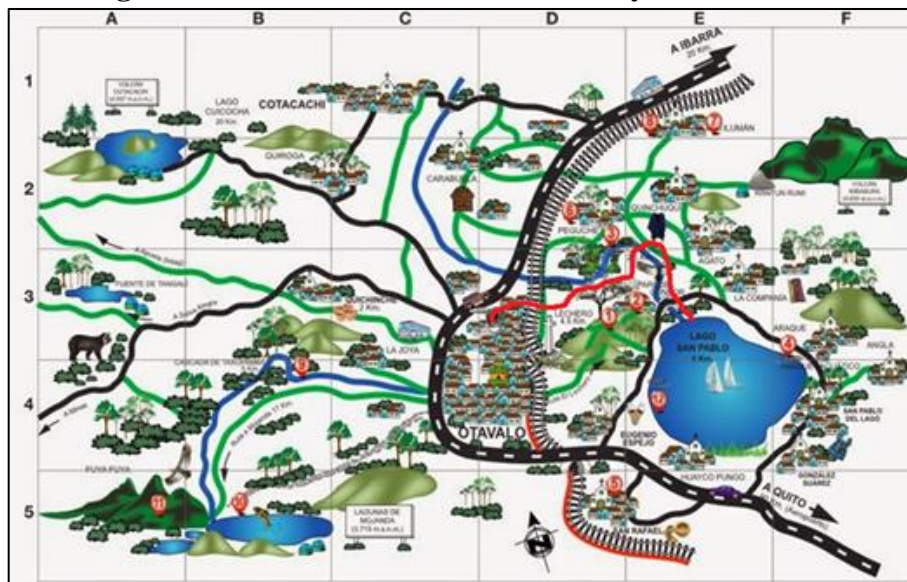
Turistas que visitan la provincia de Imbabura, entre los 12 a 70 años en los periodos vacacionales o feriados, que viajan solos, en familia, grupos, en parejas y que disfrutan realizar actividades de turismo activo y deportes de aventura; los planes de márketing serán diseñados en función de las necesidades expresadas en el perfil del turista de esta tipología turística, además los productos de animación sociocultural serán el componente básico de la oferta. El enfoque se centrará en turistas nacionales e internacionales con una cuota del 25% del total de turistas que visitan el país y el 20% de los turistas nacionales que viajan a Imbabura como destino turístico en los feriados.

Estudio Técnico

Productos y servicios

El producto de animación sociocultural y turístico “*Otavallo más que un destino es una emoción*” tiene la característica de ser un producto sociocultural integrador, como se visualiza en el mapa. (la ruta está marcada con el color rojo)

Figura 1: Ruta de Animación Turística y Sociocultural



Fuente: Elaboración propia

Laguna de San Pablo, en la cual el animador sociocultural durante la ruta de 5 kilómetros participará a los turistas los entornos socioculturales de las comunidades asentadas en la cuenca del Lago (leyendas, tradiciones, gastronomía, artesanías, música, danza, modos de producción agropecuaria, crianza de animales menores, cultivos de maíz, frejol; en lo ambiental: avistamiento de aves, flora, fauna, cuidado del recurso hídrico).

La cascada de Peguche ofrece internarse en el bosque protector e interactuar con la comunidad local de Fakcha LLakta, mirar sus costumbres, su cultura y su cosmovisión, su producción textil, gastronomía ya que la cascada no es solamente un salto de agua de 30 metros de alto, sino que es el sitio místico por excelencia donde se realiza el baño ritual sagrado previo a la fiesta del inty Raimy, en la cual los Quichuas purifican su cuerpo y recargan energías cósmicas a las 12 de la noche para zapatear (baile con fuerza a la Pacha Mama) en la fiesta que se celebra desde el 21 al 29 de junio.

Plaza de Ponchos también conocida como Mercado Centenario, es el espacio vital y escenario de la más importante feria artesanal del norte del Ecuador, se realiza todos los días sin embargo el día sábado es la cita masiva de visitantes, turistas nacionales, internacionales.

La actividad económica de la Plaza de Ponchos en la ciudad de Otavalo comienza desde muy temprano y se extiende a lo largo del día hasta la noche (18H00) es la vitrina de la producción textil de los artesanos otavaleños quienes ofrecen: pochos, cobijas, chales, fajas, tapices, orfebrería, productos tallados en madera, cerámica, pintura, ropa, gastronomía entre los más importantes. También se comercializan productos artesanales de Perú, Colombia, Bolivia, México, de ahí el nombre de la mayor feria artesanal de Latinoamérica.

Definición de actividades a desarrollar

En el siguiente cuadro expondremos las principales actividades socioculturales que se realizarán en la ruta elaborada para que la participación de los turistas y visitantes además de altamente placentera en lo escénico – paisajístico por la belleza de su geografía y entorno tenga un enfoque educativo ya que, involucraremos a los participantes en la vivencia misma de la cosmovisión andina y comunitaria, su cultura a través de contenidos, una narrativa participativa y amena que signifique para los turistas llegar a conocer un mundo distinto, diferente, con acervo cultural y el contexto del lugar, que lo aprecie, lo disfrute y lo interiorice y que genere emociones gratificantes e inolvidables.

Como complemento a la oferta se pueden realizar además las siguientes actividades de animación socio cultural en las comunidades campesinas.

Tabla 9: Actividades complementarias de la Ruta de Animación Turística y Sociocultural

Dada la composición del territorio y su geomorfología, es factible la práctica de las siguientes actividades complementarias de animación sociocultural	Talleres de Educación Ambiental
	Observación de Ecosistemas
	Observación de Fauna
	Observación de Fenómenos y Atractivos Especiales de la Naturaleza
	Observación de Flora
	Observación Geológica
	Observación del cosmos
	Fotografía Rural
	Participación en Programas de Rescate de Flora y / o Fauna
	Participación en Proyectos de Investigación Biológica y geológica
	Participación en Proyectos de Investigación vulcanológica

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10: Actividades específicas de la Ruta de Animación Turística y Sociocultural

Atractivo	Actividades de Animación Sociocultural
Laguna San Pablo	Trekkin, Disfrute del paisaje, fotografía, avistamiento de aves y fauna local, leyenda de la formación de la laguna, juegos comunitarios andinos, visita a las chacras, (cultivos) tradiciones, gastronomía.
Cascada de Peguche	Trekkin, la leyenda de la formación de la cascada de Peguche, los baños rituales, el misticismo del agua, el afinamiento de instrumentos andinos (flautas, rondadores, quenás, zampoñas, charangos, guitarras, bombos, tambores), visita al árbol de la fertilidad en el bosque protector, avistamiento de aves y flora nativa.
Plaza de los Ponchos	Es el producto estrella de la ciudad de Otavalo y un destino turístico por excelencia es aquí donde concluye la ruta y es el espacio vital

	para que los animadores socioculturales den a conocer la riqueza artesanal, su elaboración, materias primas, comercialización. Las actividades más importantes que se pueden realizar son: Turismo de compras, turismo cultural, fotografía.
--	--

Fuente: Elaboración propia (2022)

Capacidad de carga

Grupos de veinte turistas o visitantes (20) inicialmente, para luego proyectar a más turistas, para facilitar la animación de manera eficiente. Facilidades de manejo y transmisión de información y narrativa educativa de alto impacto.

Determinación de servicios

- Guianza
- Animación sociocultural
- Transporte
- Alimentación (opcional), refrigerios, hidratación

Diseño de instalaciones y necesidades de equipamiento

No se requieren ya que la ruta de animación sociocultural se va a realizar en espacios abiertos, en los entornos geográficos, que cuentan con infraestructura como carreteras de segundo orden, calles, senderos, alcantarillado, luz eléctrica, agua entubada, servicios de transporte buses, taxis.

Uso de tecnologías alternativas

Se utilizará las tecnologías de la información y comunicación en la difusión del producto: Internet imprescindible para comunicar, difundir y acceder a la información desde cualquier lugar del mundo, además favorece la incorporación de nuevas herramientas en diversos sectores.

- Internet: Google, página web
- Redes sociales: Facebook, Twitter, Wasap, Instagram, Tik tok, YouTube
- Dispositivos móviles, tecnología móvil 5G
- Big Data
- Gps

Al tener un enfoque dirigido a emprender, mejorar, complementar e innovar los procesos para proporcionar servicios personalizados diferenciados y de alta calidad hacia los turistas y visitantes; también es una propuesta estratégica para dirigir y desarrollar una organización microempresarial que propicie la creación de valor para los visitantes de un

destino turístico logrando ventajas competitivas y comparativas de enorme importancia, buscando siempre la sostenibilidad del destino.

La propuesta cuenta con los requerimientos indispensables para consolidar el producto de animación:

- Talento Humano
- Capacidad Técnica
- Capacidad administrativa
- Autonomía Financiera
- Tecnología.

Aspectos Financieros

Proyección de demanda

En la siguiente figura, para mayor comprensión, se realiza la evolución o proyección de la demanda, para acceder a los servicios de animación sociocultural del producto “*Otavalo más que un destino una emoción*”

Tabla 11: Proyección de la Demanda

Mes	Semanas	Pax	Semanas	Pax	Semanas	Pax	Semana	Pax	Total de turistas
1	semana 1	20	semana 2	20	semana 3	20	Semana 4	20	80
2	semana 1	20	semana 2	20	semana 3	20	Semana 4	20	80
3	semana 1	20	semana 2	20	semana 3	20	Semana 4	20	80
4	semana 1	20	semana 2	20	semana 3	20	Semana 4	25	85
5	semana 1	20	semana 2	20	semana 3	20	Semana 4	25	85
6	semana 1	20	semana 2	20	semana 3	20	Semana 4	25	85
7	semana 1	22	semana 2	22	semana 3	22	Semana 4	24	90
8	semana 1	22	semana 2	22	semana 3	22	Semana 4	24	90
9	semana 1	22	semana 2	22	semana 3	22	Semana 4	24	90
10	semana 1	25	semana 2	25	semana 3	25	Semana 4	25	100
11	semana 1	25	semana 2	25	semana 3	25	Semana 4	25	100
12	semana 1	25	semana 2	25	semana 3	25	Semana 4	25	100
						Total	Anual		1065

Fuente: Elaboración propia (2022)

En el estado de resultados no se va a evidenciar “inversiones” en equipos de computación, equipos de oficina, mobiliario y enceres, ya que en la presente propuesta se usará equipos tecnológicos de la comunidad: PC, teléfonos inteligentes, tablets, para montar una oficina virtual y poner a disposición de los turistas y visitantes la oferta de servicios de animación sociocultural y turística; para ser eficientes en la estructura de costos.

No se requiere de financiamiento y tampoco capital de trabajo por esta razón no se presenta el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR) en la propuesta.

Por otro lado, con la cooperación del Ministerio de Turismo, las universidades que se encuentran en nuestra provincia, conjuntamente con GADs de Otavalo y su dirección de turismo y desarrollo local, se propondrá un programa de capacitación gratuito para que muchos jóvenes de las comunidades del área de influencia se puedan certificar en Animación sociocultural.

Tabla 12: Estado de Resultados en dólares americanos

Concepto	Precio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Ingresos														
Demanda Q	30	80	80	80	85	85	85	90	90	90	100	100	100	1065
Total														
Ingresos		2400	2400	2400	2550	2550	2550	2700	2700	2700	3000	3000	3000	31950
Gastos														
Administrativos														
Sueldos		1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1.200.00	1200	14.400
Arriendo		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Luz y Agua		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Teléfono Internet		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Suministros De Oficina		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Promoción Y Publicidad		150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Total		1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	18360
Utilidad o Perdida del Ejercicio														13590

Fuente: Elaboración propia (2022)

Análisis del costo beneficio

Al realizar la prestación de servicios de animación sociocultural en ambientes naturales, teniendo la capacidad instalada y la infraestructura turística disponible los beneficios económicos son inferiores a los costos lo que asegura ganancias líquidas del alrededor del 42.53% sobre los gastos, representando un negocio rentable. Se han tomado en cuenta en la proyección de la demanda cifras de turistas que llegan al destino Otavalo, en función del número de visitas anuales que están en alrededor del 20% del total de turistas que llegan al Ecuador y la demanda de servicios en los feriados que son aprovechados por el turismo.

Así mismo al ofrecer servicios de animación sociocultural como parte de la nueva oferta turística, se toma en cuenta la nueva visión del turismo post pandemia COVID 19 y sus variantes, iniciando con grupos pequeños de turistas de turismo activo y deportes de aventura en el primer año de implantación del servicio.

Conclusiones

El corredor del volcán Taita Imbabura tienen un potencial importante para el desarrollo y gestión del turismo alternativo, activo y deportes de aventura, lo que implica realizar actividades educativas, de animación sociocultural por la calidad de su patrimonio natural y cultural, generando unos efectos tanto emocionales como cognitivos en los turistas.

Los GADs parroquiales deben contribuir al desarrollo del sector turístico a través de la animación sociocultural para expresar su identidad y cultura; así mismo utilizar de manera inteligente y sostenible los recursos naturales y bienes ambientales ya que el turismo siendo un dinamizador de la economía local, contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad rural a través de la generación de empleo. Si no es bien gestionado produce impactos socioculturales y ambientales negativos.

Se evidencia una carencia de animadores socioculturales debidamente entrenados y capacitados, lo que implica fortalecer conocimientos científicos a través de capacitaciones en las comunidades, estableciendo alianzas estratégicas entre los sectores público, privado, comunitario, académico, gremial para implementar los servicios de animación como parte de la oferta complementaria; evitando caer en la manipulación de los relatos del patrimonio, creando identidades ficticias sin soporte científico, anulando la autenticidad del destino.

Limitada presencia de operadoras de turismo especializadas en turismo alternativo, activo y deportes de aventura; así mismo no se cuenta con talento humano profesionalizado en animación sociocultural, lo que dificulta la expansión del mercado y la llegada de más turistas.

Fortalecer la imagen del destino para proyectarlo internacionalmente a través de promoción, difusión y marketing digital de las rutas y los circuitos, para lo cual se requiere realizar una consultoría con una empresa que tenga experiencia en impulsar destinos turísticos con servicios de animación sociocultural a través de (*Press Trip, Fam Trip*, caravanas, ferias nacionales e internacionales, ruedas de negocio) así como utilizar canales de distribución que incluya la web, redes sociales, para estar más cerca de los consumidores de turismo alternativo, activo y deportes de aventura.

Referencias

- <http://viajandoxecuador.blogspot.com>. (noviembre de 2009).
https://es.wikipedia.org/wiki/Entrevista_abierta. (s.f.). a
Imbabura, G. (17 de abril de 2019).
Indubalsa. (2015). *Industria Balsera S.A.* Obtenido de <http://www.indubalsa.com/ecuador>
INEC. (2015) :<http://sierraecuador.wordpress.com/provincias/imbabura/>

INOCAR. (x de 2011). *CAPÍTULO I: Información General de la República del Ecuador*.
Recuperado el 1 de mayo de 2017, de
https://www.inocar.mil.ec/docs/derrotero/derrotero_cap_I.pdf

Capítulo 3

Diseño de un programa de animación sociocultural en una universidad del Sur de Sonora

Mtra. Ileana Marcela Leal Silva³

Resumen

Cuando se promueven y se movilizan recursos humanos mediante un proceso participativo que desenvuelve potencialidades latentes en personas, grupos y comunidades, se puede decir que hay animación sociocultural, pero la falta de ella lleva al individuo a una pérdida de identidad. Es por ello, que, en la presente investigación, se propone un programa de animación sociocultural basado en la metodología de Ezequiel Ander-Egg, en la cual se describen dos tareas básicas: un estudio-investigación que se expresa en el diagnóstico sociocultural y la programación de las actividades que se quieren realizar. En el desarrollo de la propuesta, primeramente, se formó un grupo de animadores turísticos socioculturales, conformados por alumnos de la carrera Licenciado de Administración de Empresas Turísticas (LAET) del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) Unidad Navojoa. Posteriormente, se elaboró y aplicó un instrumento donde se detectaron las necesidades e intereses culturales de un grupo de estudiantes de la licenciatura y universidad antes mencionada; como resultado, se obtuvo un programa sociocultural sustentado por las necesidades identificadas en el instrumento y un grupo de animadores capacitados de la institución.

Palabras clave: Programa, Animación Sociocultural, Necesidades.

Introducción

La animación sociocultural es considerada un proceso de intervención tecnológico-educativa en una comunidad delimitada territorialmente, cuyo objetivo es convertir a sus miembros, individual y socialmente considerados, en sujetos activos de su propia transformación y la de su entorno, para mejorar su calidad de vida (Úcar, 2010).

Esta puede ser llevada a cabo en diversos ámbitos y dirigirse a todas las edades. Es por ello, que la animación sociocultural juega un papel muy importante ya que contribuye a determinar la calidad de vida de las personas (Pérez Serano & Perez de Guzmán Puya, 2005).

³ Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Navojoa. Programa educativo Licenciado en Administración de Empresas Turísticas. ileana.leal16894@potros.itson.edu.mx

Gelvis (2016) define a la animación socio cultural como una herramienta que se debe utilizar para el logro de una comunicación efectiva entre los participantes con el fin de establecer mecanismos de interrelación tales como el rescate de las tradiciones, la participación e integración de todos los actores con su entorno, constituyendo un avance en la escuela objeto de estudio, dándole un rol más protagónico a las actividades relacionadas con la cultura con el fin de unir esfuerzos en beneficio de los involucrados por medio de una participación activa.

Para la UNESCO (1982), la animación sociocultural es el conjunto de prácticas sociales cuya finalidad es estimular la iniciativa y la participación de las comunidades en el proceso de su propio desarrollo dentro de la dinámica global de la vida sociopolítica en la cual están integradas.

Por otro lado, existe un concepto que es de suma importancia mencionar ya que de ahí surge la animación sociocultural y esta es la animación turística, la cual fue situada en un papel primordial por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en su quinta asamblea en el año de 1983 en Nueva Delhi el año de 1985 definiéndola como “toda acción realizada en o sobre un grupo, colectividad o un medio, con la intención de desarrollar la comunicación y garantizar la vida social” (OMT, 1985).

Para Carrasco Zambrano (2018), la animación turística requiere ir más allá del deporte, del juego y festejos tradicionales para matar el tiempo y no hacer de él una actividad productiva; debe mover el espíritu de aprender a desaprender para volver a aprender, pero dentro de un contexto multicultural e interdisciplinario. Es por ello que todas las actividades de animación turística y socioculturales, deben estar compuestas por un elemento lúdico, deportivo y cultural importante que asegure el aprendizaje de los participantes.

Estos conceptos citados anteriormente confirman la relevancia que tiene la animación sociocultural para las sociedades, y queda implícito el factor de cambio que puede llegar a ser si es aplicada adecuadamente y, sobre todo, oportunamente en un sitio creando un espíritu de participación en la comunidad de la mano de diversión y aprendizaje.

Debido a esto, surge la propuesta desarrollada en el presente trabajo, la cual consiste en crear un programa de animación sociocultural en el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) Unidad Navojoa, conformado por alumnos del programa educativo Licenciado en Administración de Empresas Turísticas (LAET), la cual carece de uno de manera formal.

El ITSON se creó en el año de 1955 en Cd. Obregón, Sonora y fue hasta el año de 1979 cuando llegó a la ciudad de Navojoa, municipio que está ubicado en el sur del estado de Sonora, se localiza en el paralelo 27°03' de latitud norte y a los 109°25' de longitud al oeste del meridiano de Greenwich, a una altura de 33 metros sobre el nivel del mar. Colinda con los municipios siguientes: al norte con Cajeme y Quiriego, al este con Álamos, al suroeste

con Huatabampo y al oeste con Etchojoa, posee una superficie de 4,380.69 kilómetros cuadrados, que representan el 2.36 por ciento del total estatal y el 0.22 por ciento del nacional; las localidades más importantes además de su cabecera son: San Ignacio, Guadalupe, Guayparin, Tetanchopo, Santa María del Bauraje, Agiabampo, Masiaca, Bacabachi y Pueblo Viejo.

Figura 1: Ubicación de Navojoa en el estado de Sonora



Fuente: Página oficial del municipio de Navojoa (2022)

Por ser la ciudad de Navojoa la cabecera del municipio, el ITSON tiene una ubicación estratégica ya que los jóvenes de todas las comunidades aledañas asisten a las universidades de esta ciudad, haciendo que exista una pluriculturalidad en cuanto a las raíces y costumbres de los alumnos que las conforman, siendo el Instituto la segunda con mayor número de alumnos en la ciudad, teniendo al 2022 una matrícula de 1,228 mujeres y 1,068 hombres dando un total de 2,296 inscritos.

Figura 2: Listado de universidades de Navojoa con matrícula total

	Matrícula Mujeres	Matrícula Hombres	Matrícula Total
SONORA	5,820	3,919	9,739
CENTRO REGIONAL DE EDUCACIÓN NORMAL RAFAEL RAMIREZ CASTAÑEDA	449	87	536
ESCUELA NORMAL SUPERIOR	155	85	240
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA	1,228	1,068	2,296
U P N UNIDAD 26 B NAVOJOA	850	201	1,051
UNIVERSIDAD DE NAVOJOA, A. C.	111	250	361
UNIVERSIDAD DE SONORA	1,195	832	2,027
UNIVERSIDAD ESTATAL DE SONORA	1,614	1,265	2,879
UNIVERSIDAD VIZCAYA DE LAS AMÉRICAS	177	105	282
CENTRO DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DEL NUEVO OCCIDENTE	41	26	67
Total general	5,820	3,919	9,739

Fuente: Anuarios Estadísticos de Educación Superior (ANUIES, 2022)

El ITSON, una universidad pública, autónoma y socialmente comprometida con formar profesionistas con ética, integridad, competencia internacional, habilidad emprendedora y empatía ante la realidad social; utilizando modelos educativos incluyentes e innovadores; De acuerdo con su misión, el Instituto transfiere los beneficios de la ciencia, tecnología, salud, cuidado del medio ambiente, cultura y deporte a la sociedad; evoluciona e innova en la generación de soluciones a problemas del entorno, el desarrollo de la economía y el bienestar, con un modelo de gestión eficiente y transparente basado en la armonía, la justicia y el equilibrio que coadyuve en la mejora de la calidad de vida de sus integrantes e incida en el desarrollo sostenible e intercultural del país.

La Visión del ITSON es ser una universidad que contribuya a la mejora de la calidad humana y al desarrollo nacional y global. Reconocida internacionalmente por las aportaciones pertinentes a la ciencia, tecnología, deporte, arte y cultura que desarrollan estudiantes, personal académico y administrativo, egresados y demás grupos de interés externos, al vincularse para construir oportunidades en contextos dinámicos y complejos.

La misión y visión reflejan el objetivo de formación que tiene la institución hacia los alumnos y que es lo que desea que ellos aporten a la sociedad razones por las cuales el programa educativo de LAET requiere de formar un grupo de animadores socioculturales que repliquen en la comunidad tanto interna como externa los objetivos institucionales y los alumnos de la carrera son quienes tienen las bases para poder lograrlo gracias a la formación dada, esto por medio de programas de animación que fomenten e inciten al desarrollo de su entorno orientado a una mejor calidad de vida y a un aprendizaje significativo.

Planteamiento del problema

Con el paso de los años, las costumbres y tradiciones se han degradado debido a que las nuevas generaciones ya no sienten el mismo respeto en comparación con los antepasados, pasa lo mismo con los valores del ser humano, lo cual lleva a la sociedad a una pérdida de identidad, y la cultura puede ser una de las soluciones a esa problemática.

Es por ello por lo que uno de los conceptos fundamentales en torno al cual gira el discurso teórico de la animación sociocultural es el de cultura (Trilla, 2011). Ya lo decía el reconocido escritor y periodista colombiano, el gran Gabriel García Márquez “La cultura es el aprovechamiento social del conocimiento”. La animación ha estado presente en la sociedad desde tiempos remotos, pero es representada y practicada de formas diferentes de acuerdo a las épocas que se van viviendo a través de la historia, siendo un elemento clave para el desarrollo del ser humano, ayudándolo a alcanzar los objetivos deseados y cubrir sus necesidades como un medio de lucha, mediación o expresión.

Debido a esto, surge la necesidad de desarrollar un programa de animación sociocultural mediante un grupo de animación turística y sociocultural de manera formal en el ITSON, el

cual estará conformado por estudiantes del programa de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas (LAET), para que fortalezcan y promuevan el sentido de identidad, los valores y las tradiciones de la región por medio de actividades que impulsen la participación de la comunidad tanto interna como externa, actuando en momentos específicos ya sea en cualquiera de las cinco categorías que Ander-Egg (2006) propone: de formación, difusión, artísticas, lúdicas o sociales.

Justificación

Actualmente, la animación sociocultural está ganando importancia e influencia en la sociedad, siendo cada vez más conocida y aplicada con diversos objetivos como la recreación, el aprendizaje y la culturalización, con el fin de aprovechar el tiempo de ocio de los individuos encausándolo a algo que aporte valor a su persona. Es por esto que surge la siguiente interrogante: ¿Cuáles son los beneficios que aportará a la comunidad interna y externa del Instituto Tecnológico de Sonora, el diseñar un programa de animación sociocultural mediante la creación de un grupo de animación turística y sociocultural que impulse el desarrollo y calidad de vida en el Sur de Sonora? Como ya se mencionó, la cultura puede ser la respuesta a diferentes situaciones que hoy en día la sociedad atraviesa y, aunado a ello, que los individuos participen en actividades de interés que generen un aprendizaje y entretenimiento recreativo, lo hace muy valioso y enriquecedor además de satisfactorio, tanto para el participante como para la sociedad y la Institución como generadora de ello, mediante un grupo de animadores que la representa y hace notar en la comunidad siendo partícipe de su desarrollo positivo.

Para el animador, el aprendizaje obtenido al ser el actor principal por crear el programa, aplicarlo y dirigirlo mediante la motivación de los participantes es sumamente satisfactorio, y crea en él, la cultura de ayudar a la sociedad, aportar algo de valor y encausarla al aprovechamiento de tiempo, información y capacidades, lo cual puede marcar su vida universitaria y fortalecer su perfil de egreso.

Objetivo

El objetivo principal es conformar un grupo formal de animadores turísticos socioculturales con integrantes del programa educativo Licenciado en Administración de Empresas Turísticas, que fomenten valores y promuevan el desarrollo de la sociedad mediante la creación de un programa de animación sociocultural con actividades de formación, difusión, artísticas, lúdicas o sociales que cubran las demandas y necesidades de la comunidad interna y externa del ITSON para así cumplir con la misión, visión y objetivos de la institución, posicionándola en el sur del estado como una universidad que da un valor agregado a la comunidad y se preocupa por preservar sus raíces así como contribuye a una mejor calidad de vida para las personas.

Marco teórico

La Recreación

Los autores Paredes, Pérez & Estrada (2022) expuesto en el Curso: Formador de Formadores en Animación Turística y Sociocultural de AMESTUR señalan que la recreación es:

- a. Una actividad (o conjunto de ellas).
- b. Que tiene lugar en un tiempo liberado de obligaciones exteriores.
- c. Que el sujeto elige (opta, decide).
- d. Que le provoca placer (diversión, entretenimiento, alegría).

Dentro de sus *características* mencionan:

1. Se realizan actividades de elección libre y voluntaria.
2. Se realizará durante el tiempo de ocio.
3. Proporcionará disfrute, diversión y satisfacción personal.
4. Proporciona un cambio de ritmo estimulante en la vida de una persona.
5. Es una actividad opuesta a la pura ociosidad o al descanso absoluto.
6. Se mueve más por una motivación interna, que por una motivación externa.
7. Lo importante de ésta es la razón por la que se hace, no lo que se hace.
8. La principal motivación es el disfrute personal, pero normalmente hay un resultado que redunde en el desarrollo físico, intelectual, cultural y social.

Y los *objetivos* de la recreación señalados por los autores están:

- I. Satisfacer las necesidades básicas en el ser humano.
- II. Promocionar la salud.
- III. Reducir las tensiones y el agotamiento de la vida moderna.
- IV. Favorecer la experiencia creativa y la apreciación estética.
- V. Favorecer la vida familiar y personal.
- VI. Desarrollar la buena ciudadanía y una sociedad democrática.
- VII. Mejorar el medio ambiente, intentando vivir en una sociedad de ocio.

El ocio

El ocio se define como un conjunto de ocupaciones a las que el individuo se puede entregar voluntariamente, sea para reposar, para divertirse, para recrearse y entretenerse, o, además, para desarrollar su formación desinteresada, su participación social voluntaria, o su libre capacidad creadora, después de liberarse o desembarcarse de las obligaciones profesionales, familiares y sociales (Paredes, Pérez & Estrada, 2022).

El término ocio estuvo cargado de desprestigio al recibir la herencia significativamente viciosa de la ociosidad, que en los libros de moral tradicional se considera la madre de todos los vicios. A su vez, el término ocio queda definido en el Diccionario de la Lengua Española, con cuatro acepciones: en primer lugar, como cesación del trabajo, inacción o total omisión de la actividad; en segundo lugar, tiempo libre de una persona; en tercer lugar, diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque éstas se toman regularmente por descanso de otras tareas y, en cuarto lugar, obras de ingenio que no forma parte en los ratos que le dejan libre sus principales ocupaciones.

Si se analiza el significado de ocio, se pueden dar diversas interpretaciones conceptuales. Según Sue (1982), el ocio puede clasificarse en cuatro tipos, con diferentes funciones:

- a) Actividades de ocio de naturaleza física.
- b) Actividades de ocio de naturaleza cultural.
- c) Actividades de ocio de naturaleza social.
- d) Actividades de ocio de naturaleza práctica.

La Cultura

La animación sociocultural representa una opción relevante en la promoción y desarrollo de las interacciones sociales. Para ello, la cultura debe ser significativa para quienes la viven e interpretan; debe ser su cultura, aprendida y cultivada a través de las diferentes prácticas a las que cada sujeto se siente convocado.

La idea de cultura en la animación sociocultural parte del concepto de ésta, es decir, un concepto mucho más amplio; Trilla (2011) menciona el concepto de Taylor en el año de 1871 de cultura, definiéndola como todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, leyes, moral, costumbres y cualquier otra capacidad y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad.

Entonces, la animación sociocultural parte de este concepto y se mencionan los siguientes tipos de cultura: Cultura oficial o dominante, Cultura de masas y Cultura popular; la práctica de la animación sociocultural se orienta al tipo cultura oficial o dominante.

Animación sociocultural

Primeramente, se parte del concepto de animación la cual surgió en Europa después de la segunda guerra mundial con el objetivo de favorecer a la sociedad y cubrir sus necesidades de tiempo libre.

Por otro lado, la animación sociocultural tiene un origen difuso, aunque la mayoría de los autores lo sitúan como consecuencia de la necesidad social causada por el desarrollo

industrial y urbano de primeros de siglo XX; la necesidad de dar respuesta a los cambios y transformaciones sociales llevaron a los ciudadanos a intentar comprender y contribuir su propia identidad social y cultural.

Para Trilla (2011) es el conjunto de acciones realizadas por individuos, grupos o instituciones sobre una comunidad (o un sector de esta) y en el marco de un territorio concreto, con el propósito principal de promover en sus miembros una actitud de participación activa en el proceso de su propio desarrollo tanto social como cultural.

La UNESCO define a la animación sociocultural como el conjunto de prácticas sociales que tienen como finalidad estimular la iniciativa y la participación de las comunidades en el proceso de su propio desarrollo y en la dinámica global de la vida sociopolítica en que están integradas.

La animación sociocultural como un proceso complejo, inscrito en el desarrollo cultural de las comunidades, asociaciones institucionales, sectores, grupos, dirigidos al logro de la real participación de la sociedad en la cultura. En este proceso, la animación sociocultural descubre las formas prácticas de facilitar la incorporación del desarrollo cultural, no solo la memoria histórica, las tradiciones, costumbres, sino también, las nuevas propuestas de alternativas para la conservación, defensa y desarrollo del patrimonio cultural, la identidad cultural y la cultura, cuyo objetivo final no consiste en incrementar los conocimientos de la ciencia sino en la mejora de la realidad social (Pérez, 2014).

El concepto de animación sociocultural cuenta con tres ámbitos sustantivos que conforman el concepto: (a) animación, (b) social y (c) cultural. Por lo que respecta al primero (a) animación tiene un paralelismo con el social-cultural *community development* y conceptualmente define la intervención de un sujeto externo que actúa de acuerdo con una estrategia determinada en función de los objetivos que se persiguen. En segundo lugar, el factor (b) social a la consecución de los objetivos de la vida en sociedad, de la colectividad: colaboración, solidaridad, civismo, etc. Finalmente, el tercer factor (c) cultural, es el ámbito desde el que se propone el desarrollo. La concepción de cultura que se utiliza es la que está vinculada a los valores, a los hábitos y las actitudes y permite una mejor comprensión del mundo y una mejora de la vida colectiva. (Paredes, Pérez & Estrada, 2022).

En relación con las técnicas de animación sociocultural se describen las siguientes técnicas (Figura 3):

Figura 3: Técnicas de animación sociocultural		
Técnicas de Animación Sociocultural	<i>Individuales</i>	-Autoaprendizaje -Búsqueda de información -Desarrollo de capacidades individuales
	<i>Colectivas</i>	-Trabajo en equipo -Planificación de actividades -Foros -Debates -Seminarios -Talleres -Mesas redondas y semejantes
	<i>Mixtas</i>	-Investigación -Estudios de casos -Talleres -Fomento de creatividad

Fuente: Úcar (2010)

Programa de animación sociocultural

Ander-Egg (2000), propone los siguientes principios metodológicos los cuales sirven como una guía que se debe seguir al momento de diseñar un programa de animación:

- Principio de proximidad:** La selección de los espacios o ámbitos para la realización de actividades y la creación de estructuras de convivencia, aplica el principio metódico de la proximidad. Este principio operativo tiene una doble dimensión: las actividades hay que realizarlas en el lugar más cercano a donde está la gente destinataria y, además, deben estar vinculadas a las experiencias y prácticas de esa misma gente.
- Principio de voluntariedad:** Siguiendo con lo hasta ahora dicho, de que las actividades específicas deben derivarse de las necesidades de los propios interesados, de ello resulta, como es obvio, el carácter voluntario de la participación. Pero, además de voluntarias, son abiertas a todos, cualquiera sea el sexo, edad u ocupación, aunque en cada programa o actividades pueda existir una cierta especificidad en la oferta que se hace según sean los sectores particulares destinatarios de actividades: niños, adolescentes, adultos, tercera edad.
- Principio de la autonomía cultural:** Se trata de dos cuestiones inseparables: no se puede respetar la autonomía cultural de cada uno, si no se acepta el pluralismo cultural. Por otra parte, esto está estrechamente ligado con la afirmación de la propia identidad cultural que no es lo mismo que la identidad nacional, entendida como la identidad respecto de un Estado-Nación. Esta característica de la animación implica admitir como un recurso y una riqueza

las diferentes manifestaciones culturales y la aceptación de la diversidad de opiniones, ideas y valores.

d) Principio de la afirmación de la identidad cultural: La animación sociocultural adquiere también una función de desmontaje de los mecanismos de penetración cultural que distorsionan la propia identidad. Y estas acciones de afirmación de la identidad, derivan en el fortalecimiento de la cultura popular como forma de resistencia frente a la colonización de los grupos dominantes. Se trata de una afirmación que parte del conocimiento, respeto y valor de lo ajeno.

También el mismo autor menciona que se deben realizar las siguientes tareas preliminares antes para llevar a cabo el programa: fase de sensibilización y motivación, detección de las minorías activas o grupos de incidencia, capacitación para la animación, principios operativos para la organización y puesta en marcha de actividades socioculturales y por último las consideraciones acerca del aspecto sustantivo de la animación: la participación de la gente. (Ander Egg, 2006)

Metodología

Sujetos

Ander-Egg (2006) menciona que las personas involucradas constituyen el factor más importante de la animación sociocultural, ya sea que se trate de las personas a quienes está destinado el programa, o bien aquellas que se han de ocupar de promover y dinamizar las actividades, por lo cual hace la siguiente distinción:

- Los destinatarios: A quienes o para quienes están destinadas las actividades.
- Los responsables de la animación: quienes sensibilizan y motivan a la gente y promueven, organizan y realizan las actividades.

Es debido a esta distinción que a continuación se describe, los sujetos partícipes de la propuesta; por un lado, la comunidad tanto interna como externa del ITSON son los destinatarios, debido a que juega un papel primordial por ser el participante de las actividades que se implementarán en el programa.

Por otro lado, el Instituto Tecnológico de Sonora y las áreas en las cuales el grupo de animación puede respaldarse para su correcto desarrollo y así lograr el alcance deseado serán los responsables ; una de ellas es el Centro Universitario de Enlace Comunitario (CUEC) el cuál es un centro de servicios que funge como enlace entre la universidad y la comunidad, cuya función es facilitar la afluencia de servicios donde alumnos y maestros apoyan el desarrollo comunitario de las zonas más rezagadas de la región del sur del estado de Sonora a través de la gestión, la investigación y aplicación de programas basados en un enfoque por

competencias, humanitario y participativo que permita contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades para que tengan una mejora de calidad de vida.

Específicamente, ITSON Navojoa tiene el departamento de vinculación y servicios donde existe un proyecto de enlace comunitario, el cual tiene como misión apoyar y asegurar que las comunidades regionales apliquen conocimiento y tecnología que permita el desarrollo exitoso de su infraestructura cultural, social y económico a través de alianzas, resultando en un ambiente que provee vida sustentable y oportunidades a sus habitantes.

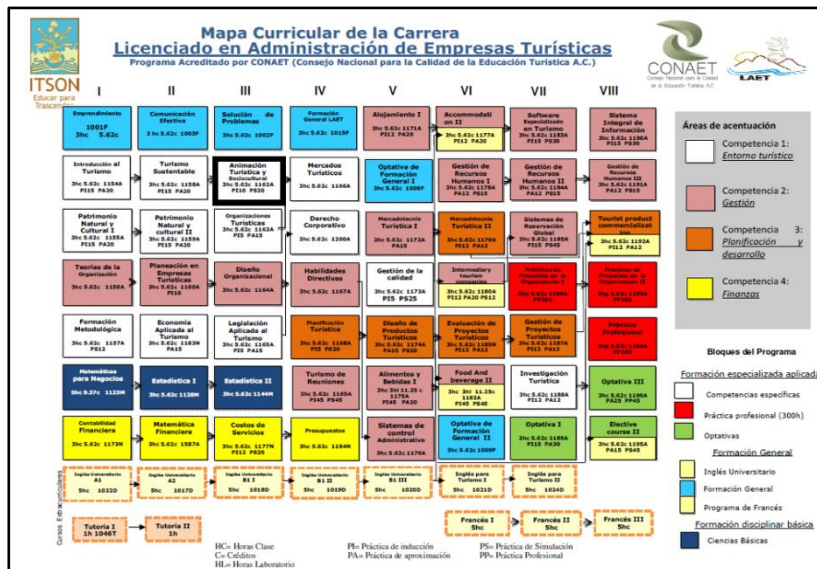
Por otro lado, existe de igual manera en ITSON Unidad Navojoa, el grupo de teatro “Cuarta Pared” el cual nace en agosto de 2010 a través de la Coordinación de Extensión y Difusión Cultural, con el propósito contribuir en la formación artística y cultural de los habitantes de la región del mayo, con acciones que fomenten la creación, apreciación, producción, promoción y difusión de teatro en sus diferentes géneros.

Se integra por actores profesionales y en proceso formativo. Su perfil de formación artística está basado en una técnica actoral, el lenguaje multidisciplinario y la gestión de nuevos conocimientos y habilidades a través de la capacitación constante, que van desde lo corporal, vocal, técnico, dramático y creativo, a partir de las necesidades de cada nuevo proyecto o montaje, diversificándose por lo tanto en estilos y formas, desarrollando así, un propio método de trabajo que conjunta el desarrollo artístico con la producción escénica.

Cuarta Pared se caracteriza desde su fundación por ser una agrupación joven, autogestora, ocupada de intervenir en el Sur de Sonora a través de sus escenificaciones y proyectos de acción cultural. Siendo este grupo un elemento clave que brindará aún más herramientas a los animadores, trabajando en colaboración para que su capacitación sea aún más completa y preparada, dando como resultado alumnos competentes y con el perfil deseado.

Y por último, el programa de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas, tiene dentro de su mapa curricular, un curso denominado “Animación Turística y Sociocultural” del bloque de entorno turístico, compuesta por cuatro unidades de competencia en el cual el estudiante contextualizará la Animación turística y Sociocultural por medio del análisis de las actividades que la componen; para lo cual se requiere como requisitos previos la acreditación de la materia de turismo sustentable, asignatura clave para entender las dimensiones sociales, económicas y medioambientales. Además, el alumno desarrollará competencias genéricas tales como compromiso social, atención a la diversidad cultural y sustentabilidad (Figura 4).

Figura 4: Mapa Curricular LAET



Fuente: Instituto Tecnológico de Sonora (2022)

Este curso proporciona las herramientas necesarias al alumno y toda la teoría para entender el perfil del animador y la comunidad, además de darle las bases necesarias para poder ser uno mediante la práctica; en dicho curso, el producto es crear un grupo de animación y aplicar un programa de animación turística y sociocultural a un grupo evolutivo, más solo se hace durante el curso y una vez concluida este, se desintegra por lo cual se necesita conformar uno de manera formal y persistente.

Las áreas mencionadas anteriormente del Instituto, representan una parte crucial para el grupo de animación sociocultural que se pretende formar ya que son quienes facilitarán la relación y enlace con la comunidad, brindarán apoyo y las herramientas necesarias para que se logre el alcance esperado y sobre todo cumpla con los requisitos y competencias deseadas complementando así a los responsables de la animación.

Muestra

En cuanto a la descripción de la muestra a la cual se le aplicará el instrumento de medición, también corresponde al programa LAET debido a que los encuestados serán alumnos de la licenciatura, quienes proporcionarán información clave para poder identificar las necesidades socioculturales así como sus intereses, gustos y preferencias con respecto al tipo de actividades que se propondrán en el programa, dichos alumnos deben estar en un rango de edad entre 18 y 25 años y deberán cursar entre el tercer y séptimo semestre.

Instrumentos

Para el diseño del programa de animación sociocultural propuesto, se toman como base dos instrumentos de apoyo; uno de ellos consiste en una metodología para estudiar y programar actividades socioculturales dónde se explica cuáles son los pasos a seguir para poder elaborar el programa, así como los elementos que deber ser tomados en cuenta, tales como las personas, el lugar, el tiempo, las actividades, el método y los medios técnicos. El segundo instrumento, permitirá elaborar un diagnóstico social-cultural para conocer las necesidades y con base en ello, poder desarrollar un programa que logre cubrirlas en el cual se brinde toda la información necesaria.

Procedimiento

En primera instancia, se formará un grupo de animación turística y sociocultural integrada por alumnos del programa Licenciado en Administración de Empresas Turísticas que cursen o ya hayan cursado la materia Animación Turística y Sociocultural, impartida en el tercer semestre por lo cual los alumnos que integrarán el grupo deberán estar cursando el segmento de la carrera comprendido del tercer al octavo semestre, esto debido a que son los que ya contarán con las competencias y características requeridas para formar parte del equipo.

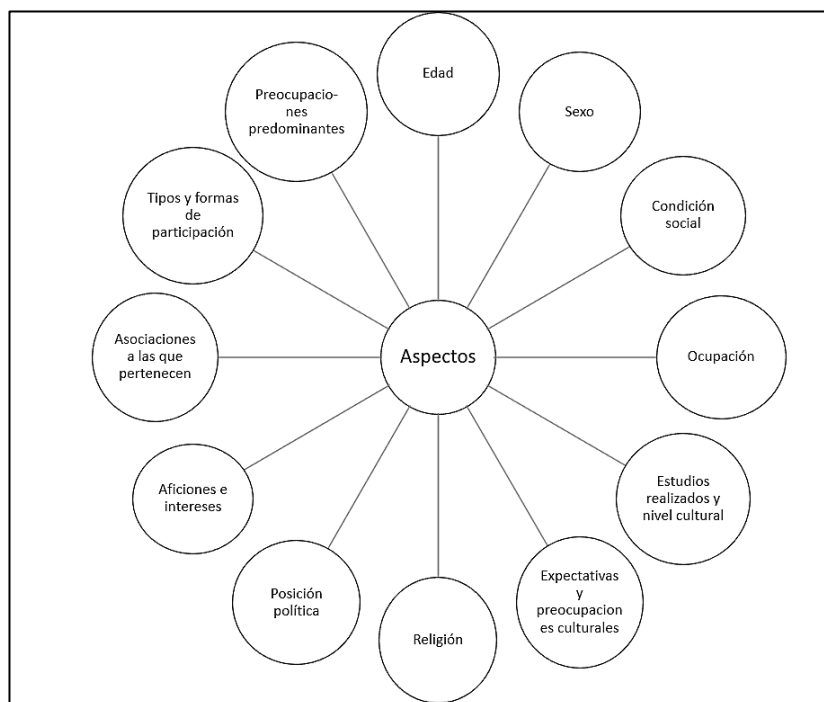
Para Ander-Egg (1987), el estudio y programación de actividades socioculturales es un proceso el cual consiste en recoger y sistematizar los datos e información pertinente, con el o propósito de preparar un conjunto de decisiones dirigidas al logro de ciertos objetivos por medios preferibles.

Menciona que para que esta toma de decisiones no se haga al azar, ni por la simple intuición o bajo influencias y presiones de las circunstancias, se necesita conocer en qué realidad se actúa y cuáles son los objetivos propuestos, o bien, saber a dónde se quiere llegar. Para todo esto se deben realizar dos tareas básicas:

1. Un estudio-investigación que se expresa en el diagnóstico sociocultural.
2. Una programación de las actividades que se quieren realizar.

El estudio no es necesario que sea exhaustivo, pero si se debe disponer alguna información sobre los participantes, ya que de lo contrario se corre el riesgo de poner en marcha actividades que podrían ser inútiles y poco eficaces. Es por ello que propone que se tenga la siguiente información de los participantes:

Figura 5: Estudio/investigación de los participantes



Fuente: Elaboración propia, tomado de: “La práctica de la animación sociocultural” (Ander-Egg, 2006)

Dicha investigación o sondeo de los participantes, se llevará a cabo por medio de una encuesta digital de fácil acceso desde un dispositivo móvil, para recopilar los datos necesarios y así realizar el diagnóstico de necesidades socioculturales.

Es este mismo autor, Ander-Egg (2006), quien propone una metodología para la práctica de la animación sociocultural explicada por los siguientes pasos o momentos de las tareas a realizar:

1. Fase de sensibilización/motivación
2. Detección de las minorías activas o grupos de incidencia
3. Capacitación para la animación
4. Principios operativos para la organización y puesta en marcha de actividades socioculturales.
5. Consideraciones acerca del aspecto sustantivo de la animación: la participación de la gente.

Se seguirán estos pasos para el logro del objetivo planteado, con el fin de obtener los resultados deseados teniendo como producto el programa de animación sociocultural, al igual que se toma como base. En la tabla 6 se definen y describen las características de las

cuestiones a considerar para realizarlo como lo son las personas, el lugar, el tiempo, las actividades, los métodos y los medios técnicos:

Tala 6: Descripción de aspectos de un programa de ASC	
1. De personas:	
<ul style="list-style-type: none"> • A quienes • Con quienes 	Va dirigida (destinatarios de los programas o actividades) Se realiza (responsables de sensibilizar y motivar a la gente para que participe, y de promover, organizar y realizar las actividades)
2. De lugar:	
<ul style="list-style-type: none"> • Dónde 	Ámbito espacial escogido para realizar las actividades.
3. De tiempo:	
<ul style="list-style-type: none"> • Cuando 	Ámbito temporal (hora, día o época del año en que se han de realizar las actividades)
4. De actividades	
<ul style="list-style-type: none"> • Qué 	Actividades específicas servirán de sustento para los programas de animación.
5. Métodos	
<ul style="list-style-type: none"> • Cómo 	Procedimientos y técnicas que se van a utilizar para la organización y realización de las actividades.
6. De medios técnicos	
<ul style="list-style-type: none"> • Con qué 	Utillaje profesional

Fuente: Elaboración propia, tomado de: “La práctica de la animación sociocultural” (Ander-Egg, 2006)

Dichos aspectos son fundamentales para la realización del programa sociocultural debido a que explica los elementos que se deben considerar para que sea completo y eficiente, logrando así los objetivos planteados. Una vez elaborado el programa se procede a la aplicación de este, a un grupo evolutivo en la comunidad por medio de los animadores turísticos socioculturales previamente formados y capacitados.

Tipo de investigación

El presente trabajo consiste en una investigación de tipo mixta ya que incluye datos recopilados y analizados de manera cuantitativa por medio de la investigación previa de los participantes, así como cualitativa mediante la observación en el desarrollo de las actividades sin una medición numérica. Según Hernández *et al.* (2010), los datos cuantitativos los definen como descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones, en cambio la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación lo llaman cualitativo, la unión de tipo cuantitativo y tipo cualitativo forman una investigación mixta.

Aunado a ello, se seguirá la metodología del autor Ander- Egg (2006), la cual consiste en una serie de pasos bien definidos para la creación del programa sociocultural tomando en cuenta los aspectos que deben ser considerados para su elaboración.

Presentación y análisis de resultados

Primeramente, se formó un grupo de animadores turísticos y socioculturales constituido por alumnos del programa educativo de LAET quienes se encontraban cursando la materia de Animación Turística y Sociocultural por lo cual ya contaban con los conocimientos base gracias a la teoría dada, pero, para poder cumplir con el perfil deseado necesitaban un poco más de preparación, por lo cual se acudió a solicitar el apoyo del grupo de teatro “Cuarta Pared” del ITSON el cual ya fue descrito en los sujetos, para brindar una capacitación al grupo de animadores y así se prepararan de una manera más completa (Figura 7).

Figura 7: Capacitación al grupo de animadores



Fuente: Elaboración propia (2022)

Posteriormente, se elaboró un instrumento para recabar información tomando como base la información requerida de los participantes propuesto por Ander Egg (2006), el cual fue digital creado con la herramienta *Google Forms*, se compartió vía electrónica y se respondió desde los dispositivos móviles por parte de un grupo de universitarios, quienes proporcionaron información clave para poder crear el programa de animación con base a las necesidades detectadas.

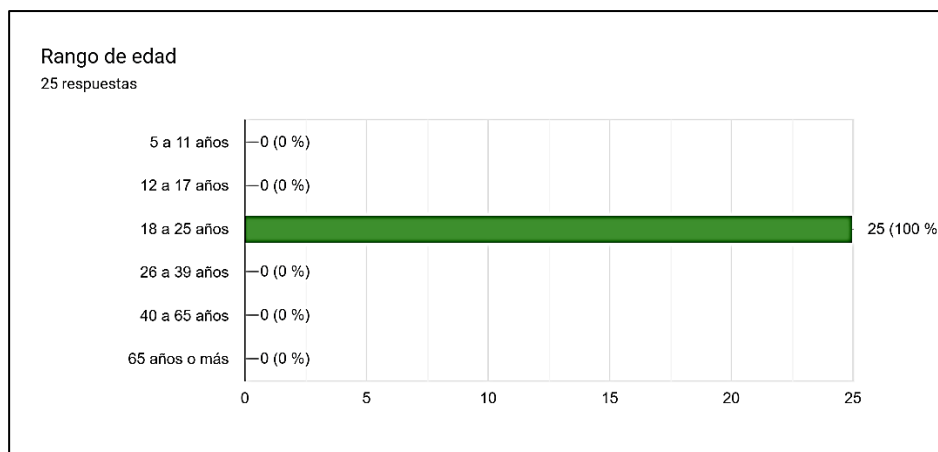
El instrumento se compone de trece preguntas con respuesta de opción múltiple y continuación se mencionan:

1. Rango de edad
2. Sexo

3. Ocupación
4. ¿En qué nivel de estudios te encuentras actualmente? El que estés cursando.
5. ¿Eres a fin a alguna religión?
6. ¿Eres afín a algún grupo político?
7. ¿Formas parte de alguno de los siguientes grupos? Selecciónalos.
8. En cuanto a Cultura ¿Cómo consideras que te encuentras con respecto a tu nivel de conocimiento de costumbres y tradiciones de la región?
9. ¿Te gustaría presenciar una actividad de animación sociocultural?
10. ¿Qué tipo de actividades prefieres? Selecciona la que más te interesa
11. ¿Qué tipo de animación prefieres?
12. De los siguientes temas, ¿Cuál es de tu mayor interés?
13. ¿Tienes algún impedimento para participar en la animación?

Se aplicó a veinticinco estudiantes y las respuestas proporcionadas se muestran en las siguientes gráficas:

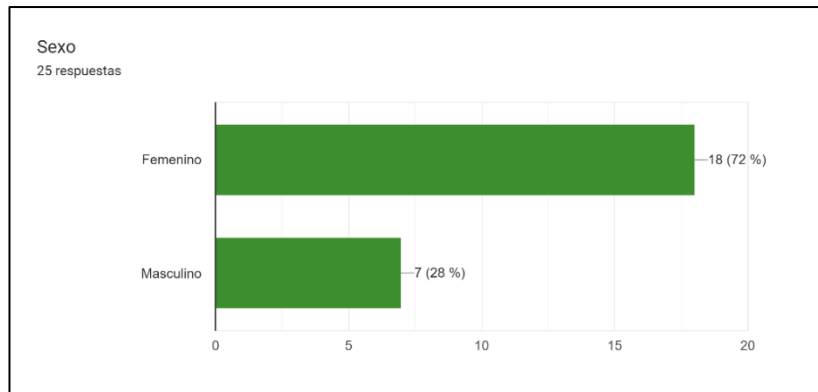
Gráfica 1: Rango de edad



Fuente: Elaboración propia (2022).

De los veinticinco encuestados, el total se encuentra en un rango de edad entre los 18 y 25 años, como se muestra en la tabla.

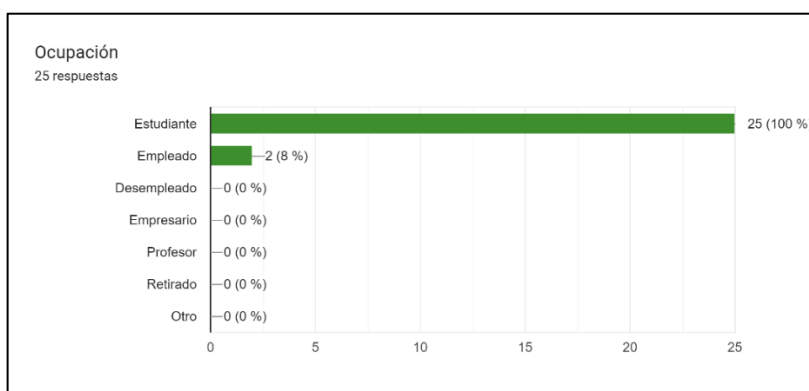
Gráfica 2: Sexo



Fuente: Elaboración propia (2022)

Del total de encuestados, dieciocho son mujeres y siete son hombres, esto debido a que en el programa educativo LAET predomina el sexo femenino.

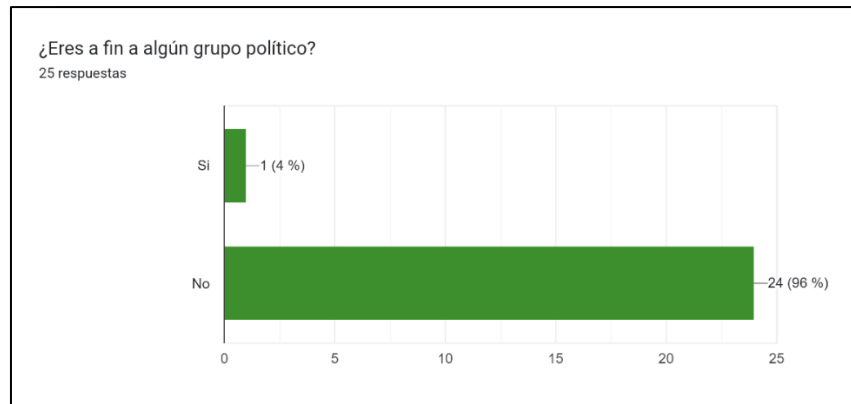
Gráfica 3: Ocupación



Fuente: Elaboración propia (2022)

Como se muestra en la Gráfica 3, los veinticinco son estudiantes y dos de ellos señalan que aparte de estudiar trabajan.

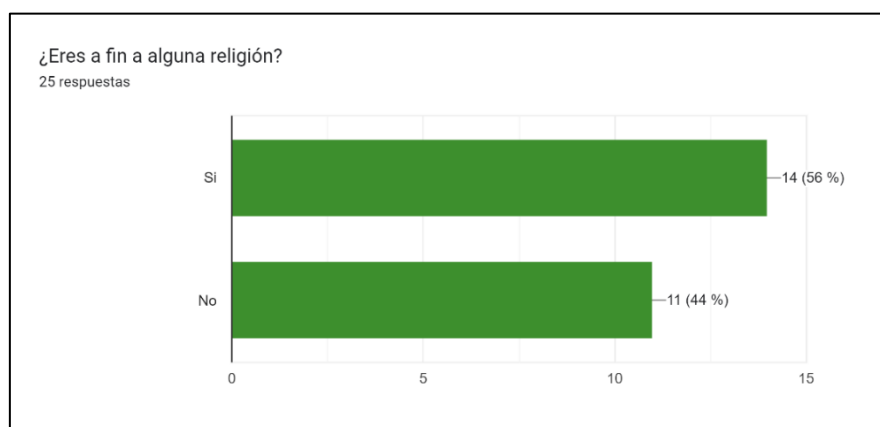
Gráfica 4: Nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia (2022)

El total de estudiantes se encuentra cursando la licenciatura, que en este caso es el programa de LAET.

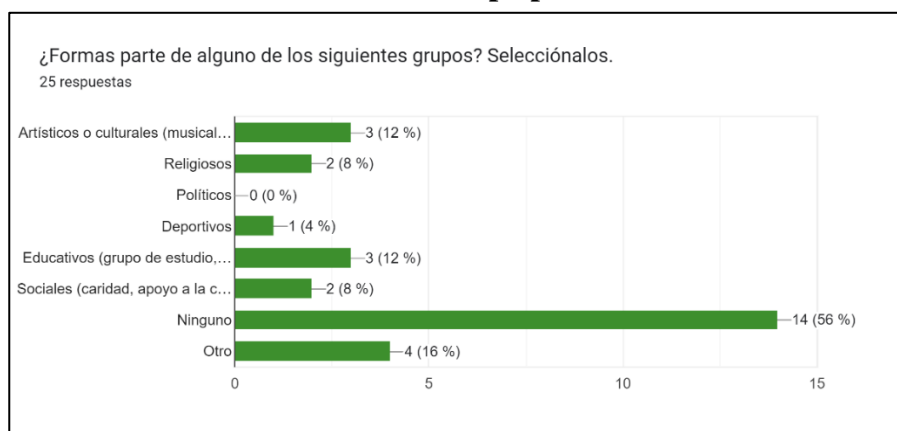
Gráfica 5: Grupo religioso



Fuente: Elaboración propia (2022)

Es importante tocar este punto, se les preguntó si practican alguna religión y catorce respondieron que sí, once que no; no se indagó sobre a qué grupo religioso pertenecen por respeto a su ideología.

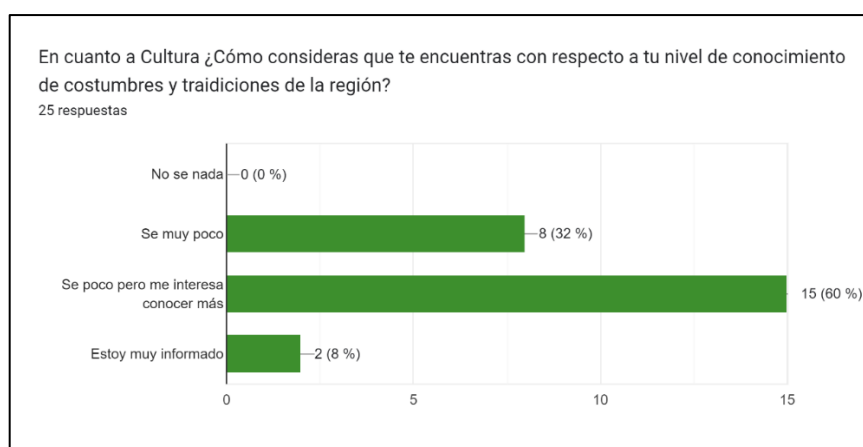
Gráfica 6: Grupo político



Fuente: Elaboración propia (2022)

Veinticuatro encuestados respondieron que no son afines a ningún grupo político y solamente uno respondió que sí.

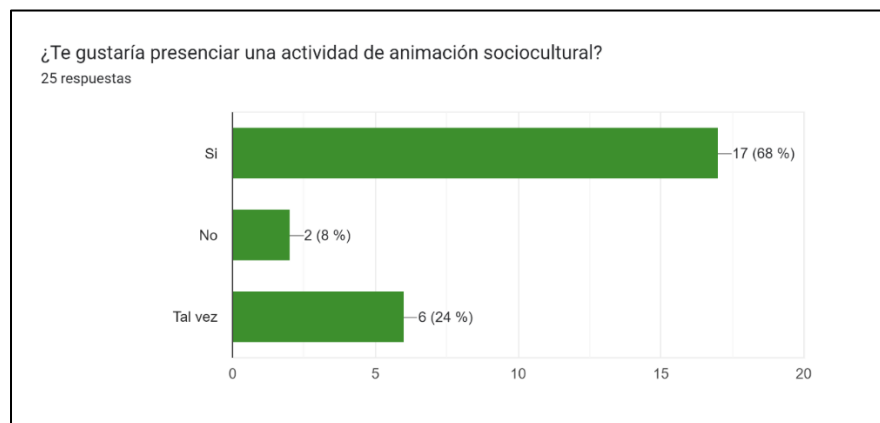
Gráfica 7: Pertenencia a otros grupos



Fuente: Elaboración propia (2022)

La mayoría respondió que no pertenecen a ningún grupo, siendo catorce del total, cuatro forman parte de otro que no se menciona en las opciones, tres a grupo artístico o cultural, tres a educativos, dos a religiosos, dos a sociales y solo uno a deportivos.

Gráfica 8: Nivel de cultura



Fuente: Elaboración propia (2022)

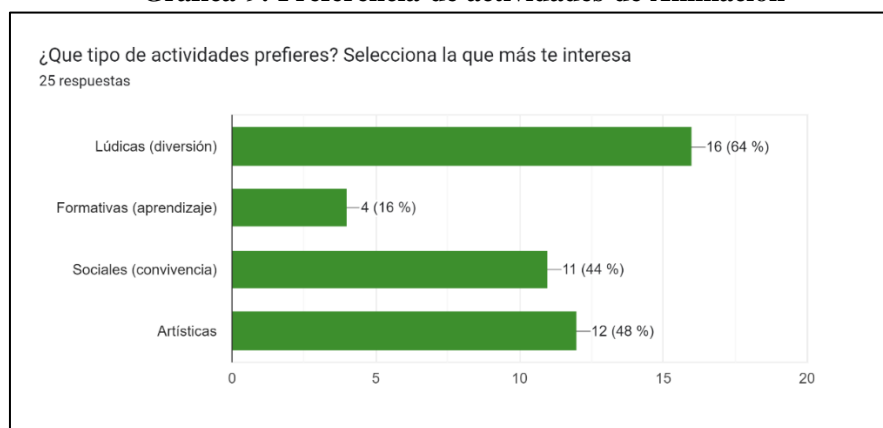
Quince alumnos respondieron que saben un poco de las costumbres y tradiciones de la región pero que les interesa conocer más, ocho saben muy poco y dos están muy informados.

Figura 16: Interés por presenciar actividades de Animación

Fuente: Elaboración propia (2022)

La gran mayoría comentó que, si le interesa presenciar alguna actividad de animación siendo diecisiete, seis tal vez y únicamente dos que no.

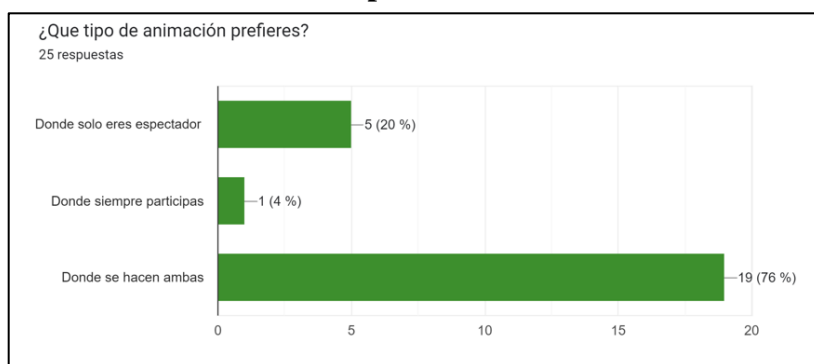
Gráfica 9: Preferencia de actividades de Animación



Fuente: Elaboración propia (2022)

En esta pregunta podían tener varias opciones, las actividades lúdicas tuvieron dieciséis respuestas, artísticas doce, sociales once y cuatro formativas.

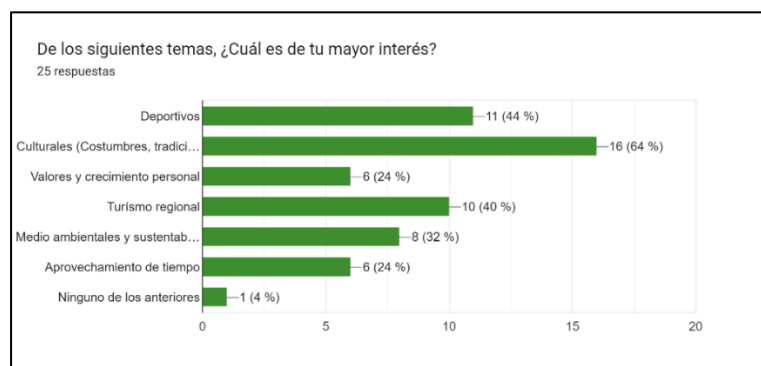
Gráfica 10: Tipos de Animación



Fuente: Elaboración propia (2022)

En cuanto a su preferencia por el tipo de animación, la mayoría responde que le interesa más ser espectador y participar, siendo diecinueve del total, cinco responden que solo desean ser espectadores y uno donde solamente se participa.

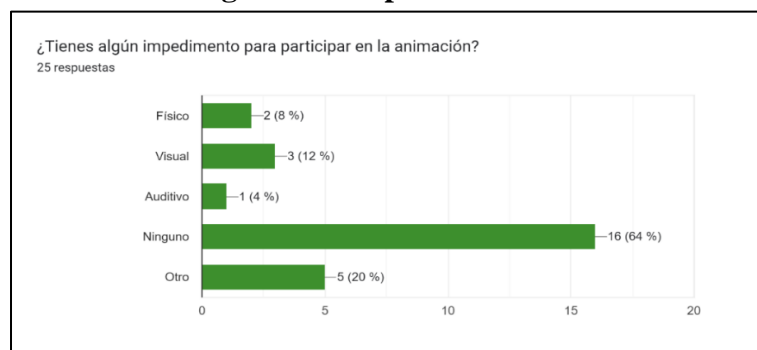
Gráfica 11: Temas de interés



Fuente: Elaboración propia (2022)

En esta pregunta las respuestas fueron muy variadas, los temas de mayor interés fueron culturales, de turismo regional, deportivos, medio ambientales y sustentables.

Figura 20: Impedimentos



Fuente: Elaboración propia (2022)

Por último, se consideró importante preguntar si se tiene algún impedimento ya sea físico, visual, auditivo o de algún otro tipo para ser tomando en cuenta en las actividades y el 64% no tiene ninguno.

El programa de animación turística y sociocultural

Una vez analizadas las respuestas brindadas y detectadas las necesidades, requerimientos y características del grupo de personas seleccionado, se procedió a elaborar el programa de animación sociocultural, el cual consiste en cuatro actividades principales, mismas que a continuación se describen (Tabla 7).

Tabla 7: Programa de animación sociocultural: Actividad 1					
Personas	Lugar	Tiempo	Actividad	Método	Medios
Participantes: Comunidad interna conformada de 16 a 20 estudiantes universitarios LAET en un rango de edad de 18 a 25 años. Responsables: 4 animadores caracterizados con vestuario regional.	Espacio: Aula de clases del ITSON Sur Unidad Navojoa	Duración: 60 min. Hora: 11:00am Fecha: 8/Nov/22	Nombre: Rally cultural Objetivo: Que los participantes pasen un momento recreativo y conozcan acerca de las costumbres y tradiciones de la región por medio de dinámicas. Tipo: Difusión cultural/lúdica.	Procedimiento: Concientización sobre la importancia de preservar las costumbres y tradiciones por parte de una plática de los animadores (10 minutos) fomentando la motivación y participación para el inicio de las actividades. Se formarán 4 equipos y harán 3 actividades contra reloj, conforme vayan terminado una pasa a la otra, el primero en terminar todas es el ganador. Las actividades son: Clasificación de elementos: agrupar las imágenes proporcionadas en cuanto a artesanía, trajes regionales, comida típica, flora y fauna. Interpretación de un paisaje de la región: a un líder del equipo se le dará una imagen de un paisaje el cual deberá describir a los demás integrantes, quienes sin verlo deberán imaginarlo y dibujar cada elemento que compone el paisaje para tratar de hacerlo lo más parecido posible. Arma el rompecabezas: Deberán armar un rompecabezas de 30 piezas que forman el mapa de la región.	Material: Presentación digital con imágenes e información sobre costumbres y tradiciones. 4 juegos de 30 tarjetas con imágenes de artesanías, trajes regionales, comida típica, flora y fauna. 20 lápices. 20 hojas blancas. 4 imágenes tamaño carta de un paisaje regional. 4 rompecabezas.

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 8: Programa de animación sociocultural: Actividad 2

Personas	Lugar	Tiempo	Actividad	Método	Medios
Participantes: Comunidad interna conformada de 10 a 12 estudiantes universitarios LAET en un rango de edad de 18 a 25 años. Responsables: 5 animadores	Espacio: Instalaciones del ITSON Sur Unidad Navojoa	Duración: 90 minutos Hora: 10:00am Fecha: 15/Noviembre/22	Nombre: Taller de máscaras de cabeza de venado Objetivo: Conocer el proceso de elaboración de una artesanía de la región y que a su vez sirva como insumo del teatro negro. Tipo: Artística	Procedimiento: 1. Se inflará el globo y se forrará con periódico y engrudo para ponerse a secar al sol. 2. Mientras seca, los participantes realizarán los cuernos del venado con alambre, periódico y engrudo, posteriormente se pondrán a secar. 3. Ya que todo esté seco, se procederá a pintar y decorar siguiendo las instrucciones de los animadores. 4. Las cabezas realizadas por los animadores como muestra, serán utilizadas por ellos mismos para una escena del teatro negro dónde se presentará un baile de venado, tradición de la región.	Material: - Pegamento - Periódico - Engrudo - Globos - Tijeras - Pinturas de agua - Pinturas neón - Cartón - Cartulina - Cinta - Alambre

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 9: Programa de animación sociocultural: Actividad 3

Personas	Lugar	Tiempo	Actividad	Método	Medios
Participantes: Comunidad interna conformada de 20 a 25 estudiantes universitarios LAET en un rango de edad de 18 a 25 años y 5 maestros del programa. Responsables: 10 animadores	Espacio: Parque “La Colorada” en la Sierra de Álamos, Sonora	Duración: 4 horas Hora: 7:00am Fecha: 25/Noviembre/22	Nombre: Caminata en un sendero interpretativo en la región. Objetivo: Realizar actividad física al aire libre en un sendero de la región en el cual reconozca la flora y fauna del lugar. Tipo: De formación, deportiva y lúdica.	Procedimiento: - Con anticipación los animadores se prepararán con información acerca del lugar. - Salir a las 6:00am en el camión institucional partiendo de la universidad. - Se les pide llevar agua y desayuno ligero en una mochila, ropa cómoda y tenis. - A las 7:00am se comienza a subir por el sendero, dura aproximadamente 50 minutos en el cual los animadores irán explicando sobre la flora y fauna del lugar. - Una vez en la cima se descansa por 20 minutos, aprovechados para desayunar, hidratarse y tomar fotos. - A las 8:20am comienza el descenso para estar abajo a las 9:00am y regresar a la ciudad, llegando a las 10:00am.	Material: - Ropa cómoda (personal) - Agua y desayuno (personal) - Camión institucional

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 10: Programa de animación sociocultural: Actividad 4

Personas	Lugar	Tiempo	Actividad	Método	Medios
Participantes: Comunidad interna y externa de todas las edades. Responsables: 10 animadores	Espacio: Aula de música del ITSON Sur Unidad Navojoa	Duración: 30 minutos Hora: 11:00am y 4:00pm Fecha: 6/Diciembre/22	Nombre: Espectáculo de animación sociocultural a través del teatro negro. Objetivo: Fortalecerla diversidad cultural a través del arte. Tipo: De difusión, artística y lúdica.	Procedimiento: - El grupo de animadores se preparará con cuatro semanas de anticipación con ensayos para presentar un espectáculo en el cual se representen diferentes culturas, partiendo de lo general a lo específico, es decir iniciar con tendencias culturales a nivel internacional, pasar a lo nacional y terminar en lo regional como lo es la danza del venado. - Dos semanas antes se prepararán con la elaboración del vestuario y escenografía. - Una semana antes se lanzará la publicidad y enviarán invitaciones. - Un día antes se preparará el aula y montará el escenario. - El día del evento se presentarán dos funciones, al inicio se dará la bienvenida a los asistentes y se dará una explicación de lo que se está por presenciar para un mejor entendimiento. Una vez presentado el espectáculo se agradece y despide.	Material: - Bocina - Música - Ropa negra - Vestuario - Guantes blancos - Tela negra - Luz led violeta - Pintura neón - Sillas

Fuente: Elaboración propia (2022)

Para efectos comparativos se toma como referencia la investigación realizada por Miranda Ramos (2013) el cual lleva por título “Una experiencia en animación sociocultural situada en un contexto universitario rural de México” y se publicó en la revista Interuniversitaria, dicho artículo tuvo los siguientes objetivos:

- a. Conocer la realidad social en la cual está inmerso el Campus Yaonáhuac de la UNIDES y los estudiantes que conforman el grupo de trabajo (GT); sus necesidades y recurso.
- b. Planear un proyecto de Intervención socioeducativo que fomente el desarrollo integral, personal y comunitario, con énfasis en el desarrollo profesional, teórico y práctico, de estudiantes de la UNIDES.
- c. Ejecutar las actividades planteadas provenientes del Análisis de la Realidad trabajando en equipo.
- d. Conocer los aspectos del desarrollo del proyecto que se pueden mejorar y la manera de efectuarlo, así como los aciertos obtenidos en el proceso de Intervención socioeducativa.

Miranda Ramos (2013) expresa que la necesidad de una educación pertinente al lugar que responda a las necesidades de las personas implicadas lo motivó a dar continuidad a trabajos socioeducativos, razón por la cual, lo llevó a implementar un proceso de ASC en la Universidad del Desarrollo del Estado de Puebla (UNIDES) en el municipio de Yaonáhuac, en México.

El poblado de Yaonáhuac se encuentra ubicado en la Sierra Nororiental de Puebla, en este lugar se da el encuentro de jóvenes provenientes de distintos municipios de la Sierra, quienes se movilizan a esta zona para cursar sus estudios universitarios. La UNIDES es una Universidad pública descentralizada del Gobierno del Estado que atiende, a través de 16 campus universitarios ubicados en zonas rurales e indígenas, a población que desea cursar una licenciatura con el fin de poder mejorar su propia calidad de vida, la de su familia y la su comunidad. El objetivo de creación de la UNIDES es la creación de opciones educativas que proporcione elementos científicos, tecnológicos, culturales y de integración personal.

El GT estuvo integrado por 16 estudiantes, hombres y mujeres, todos/as inscritos/as en el cuarto cuatrimestre de la licenciatura en Psicología de la UNIDES en el Campus Yaonáhuac, todos oscilando entre 19-20 años. La metodología que siguió consta de las siguientes 4 fases:

1. Se implementó en una primera fase, un análisis participativo de la realidad (APR) en el cual, a través de técnicas de obtención de datos cualitativos se identificó la necesidad de trabajar en la formación académica y profesional de los/as mismos/as estudiantes.
2. Como segundo momento, se planeó participativamente (PP) un programa de intervención socioeducativa con el fin de satisfacer las demandas identificadas.

3. La tercera fase fue a puesta en marcha del plan, el cual se tradujo en acciones participativas (AP) congregadas en tres áreas principales: organización de un ciclo de conferencias, se autoaplicó un curso taller y, por último, se presentaron comunicaciones sobre la experiencia vivida en eventos académicos.

4. Como última fase se realizó una evaluación participativa (EP) del proyecto en la que se cerró un primer año de trabajo a nivel de equipo, destinatarios, comunidad y programa; tomando como indicadores la participación, el trabajo en equipo y el cumplimiento de objetivos.

Dentro de los resultados que se obtuvieron fue concientización y sensibilización sobre la realidad en la que las y los estudiantes viven, un proyecto socioeducativo en el cual se encontró organización estudiantil y de Asesores Académicos y se establecieron vínculos entre el grupo de trabajo, Instituciones y la sociedad (Universidades, radiodifusoras, Organizaciones No Gubernamentales, entre otras) (Miranda Ramos, 2013).

Esta investigación descrita muestra una similitud con los objetivos de la presente propuesta, así como en la metodología aplicada ya que también se basa en el autor Ander-Egg (2008), lo cual resultó muy útil para comparar y afirmar que la implementación de la ASC favorece la cohesión y organización, así como los aprendizajes y las relaciones sociales.

Conclusiones y recomendaciones

Con el paso del tiempo, la pérdida de identidad se ve cada vez más fuerte, esto debido a varios factores como nuevos estilos de vida, la globalización y el poco interés del gobierno, quedando las culturas indígenas, sus costumbres y tradiciones rezagadas de la sociedad siendo ciertas organizaciones las interesadas en rescatarlas, difundirlas y preservarlas tal y como lo hacen algunas instituciones educativas.

Hoy en día, la animación sociocultural contribuye a que las personas puedan identificar sus posibilidades, por lo cual influye fuertemente en la confianza, capacidad y potencialidad creativa e innovadora del hombre como constructor y consumidor de su propia cultura que lo direcciona hacia el desarrollo social. Actualmente, la ASC se presenta como una metodología rectora de procesos participativos en grupos gestores ya que rechaza el enfoque de la participación sólo como asistencia, su naturaleza apunta a que la población desempeña un papel fundamental en su transformación sociocultural y en su desarrollo cultural con una participación activa (Góngora Gonzáles, 2012).

Macías Reyes (2010) afirma que la animación sociocultural se ha convertido en una alternativa para promover la participación efectiva y concreta de la comunidad o grupo social en la fijación de prioridades, la toma de decisiones y la elaboración y puesta en marcha de estrategias de planificación para alcanzar un mejor nivel de cultura, la fuerza motriz de este

proceso proviene del poder real de las comunidades, de la posesión y del control que tengan sobre sus propios empeños y destinos.

El objetivo planteado en el presente estudio fue el de conformar un grupo de animadores turísticos socioculturales con integrantes del programa educativo LAET, quienes fomentarán valores y promoverán el desarrollo de la sociedad con el objetivo de crear un programa de animación sociocultural con actividades de formación, difusión, artísticas, lúdicas o sociales que cubran las demandas y necesidades de la comunidad estudiada.

Dichos objetivos fueron desarrollados con éxito, ya que se logró formar el grupo de animadores, se capacitó y se desarrolló el programa de animación sociocultural gracias al estudio de características y necesidades de los participantes, pero, cabe recalcar que por cuestiones de tiempo y logística, solo se llegó a esa etapa, quedando programada para los próximos días la implementación del programa propuesto, en el cual se plantean las fechas a realizar. Este último paso es de gran importancia ya que sería dónde realmente exista una influencia positiva y real en la comunidad, fomentando su participación y el desarrollo de esta, mejorando su calidad de vida.

Por el momento, el programa que se propone está dirigido a la comunidad interna del ITSON, pero se recomienda que sea replicado en otras comunidades externas, colaborando con el área de enlace comunitario quien será un aliado clave para poder llegar a más personas y que el alcance del proyecto sea mayor, siendo para el individuo la animación sociocultural una herramienta para el fomento a la participación, la preservación, el respeto, la igualdad y la sustentabilidad en la comunidad, involucrándose en las situaciones o procesos sociales que puedan afectarlos para que logren responsabilizarse en la medida que les corresponda con una actitud abierta, dispuesta al diálogo y aprendizaje.

Se culmina esta propuesta con gran aprendizaje personal, mucha satisfacción por cumplir con los objetivos planteados y sobre todo por aportar algo de valor a la comunidad contribuyendo con su desarrollo, promoviendo que no se continúe perdiendo el sentido de identidad y como lo dijo el historiador Holandés Johan Huizinga:

“Si deseamos preservar la cultura, debemos continuar creándola”

Referencias

- Ander-Egg, E (2000). Metodología y práctica de la animación sociocultural. Madrid. ICSA/HVMANIT AS, Carlos Calvo.
- Ander-Egg, E. (1987). La práctica de la animación sociocultural. Buenos Aires: Editorial ICSA/HVMANITAS
- Ander-Egg, E., (2006). La práctica de la animación sociocultural. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/ Instituto Mexiquense de Cultura

- Carrasco Zambrano, E. A., (2018). Guía de animación turística para salidas académicas de la carrera de Turismo Histórico Cultural. Quito, Ecuador: Universidad Central del Ecuador.
- Gelvis, A. (2016). Animación Sociocultural como Estrategia Integradora entre Institución Educativa-Docente y Comunidad. Revista Scientific Consultado en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=563660227003> el 25 de Octubre del 2022.
- Góngora González, A. (2012). Animación sociocultural y desarrollo cultural. Consultado en <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/agg.html> el 01 de Noviembre de 2022.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P., (2010). Metodología de la Investigación. 5ta Edición México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- ITSON (2021). Marco Estratégico del Instituto Tecnológico de Sonora. Consultado en: https://www.itson.mx/universidad/Documents/marco-estrategico-actualizado-mision-vision-valores2021_micrositio_v02.pdf el 28 de Octubre del 2022.
- ITSON. (2022). Sitio oficial del Instituto Tecnológico de Sonora. Obtenido de <https://itson.mx/Paginas/index.aspx>
- Macías Reyes, R. (2010) Universitas: Proyecto por un perfil humanista y de cultura integral. Obtenido de: <file:///C:/Users/ilean/OneDrive/Escritorio/Dialnet-Universitas-4227683.pdf>
- Miranda Ramos, S. (2013) Una experiencia en animación sociocultural situada en un contexto universitario rural de México Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria, núm. 21, enero-junio, 2013, pp. 175-188 Sociedad Iberoamericana de Pedagogía Social. Sevilla, España. Consultado en: <https://www.redalyc.org/pdf/1350/135029517008.pdf> el día 2 de Noviembre del 2022.
- OMT. (2022). Sitio Oficial de la Organización Mundial del Turismo. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- Paredes Polanco, R. E., Pérez Pérez, L. E. & Estrada González, A. E. (2022). Módulo 1. Recreación, Ocio y Tiempo Libre. AMESTUR.
- Pérez Serano, G., & Pérez de Guzmán Puya, M. V. (2005). El Animador Buenas prácticas de Acción Sociocultural. Madrid, España: Narcea Ediciones.
- Pérez, I. (2014). Animación sociocultural, desarrollo comunitario versus educación para el desarrollo: una experiencia integradora en educación superior. Revista Iberoamericana de Educación Superior. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2991/299129977009.pdf>.
- Sue, R. (1982) El ocio. México: Fondo de cultura económica.
- Trilla, J. (2011). Animación sociocultural, teorías, programas y ámbitos. Barcelona, España: Editorial Planeta.
- Úcar, X. (2010). Materiales didácticos y utillaje profesional en la animación y dinamización sociocultural. Una visión del estado de la cuestión.

COORDINADORES

José Luis Isidor Castro

Es doctor en Administración con especialidad en Alta Dirección por la Universidad de la Florida y la Universidad de Hawai, maestro en Tecnología Educativa y Comunicación por el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), especialidad en Dirección Hotelera y Turismo por la Universidad de Granada, y graduado de la licenciatura en Administración de Negocios Internacionales. Ha trabajado en el sector hotelero y restaurantero. Obtuvo la Certificación Internacional Senior en Animación Turística y Sociocultural por la Société Coopérative de Formation (adrep), la Chambre Régionale des entreprises de l'économie sociale et solidaire (cress), la Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (UNAT) y VTF. Ha colaborado en organismos internacionales en el área de turismo, consultoría, formación y capacitación turística de OMT, OEA, OTC, TTRA y VTF, ha trabajado el tema de la animación turística y sociocultural por más de veinte años; es miembro de la Academia de Turismo de la Sociedad de Geografía y Estadística, de la Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo (RECINATUR), en el 2016 la asociación VTF, la asociación Léo Lagrange, la Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (unat) de Francia, La Agencia ANCV del Turismo Social y la alcaldía de Barcelonnette lo nombraron Embajador de la Animación Turística y Sociocultural para las Américas. Es coautor del libro Aproximación a los fundamentos de la animación turística y sociocultural.

Email: montealtohakaan@gmail.com

Onésimo Cuamea Velázquez

Es Doctor en Estudios del Desarrollo Global, Maestro en Administración Pública y Licenciado en Turismo por la Universidad Autónoma de Baja California. Actualmente es profesor-investigador de tiempo completo en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC).

Es Presidente Nacional de la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía (AMESTUR); miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SIN I) del CONACYT; miembro de RECINATUR, capítulo México. Miembro titular regular de la Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT). Sus principales líneas de investigación se orientan al turismo médico, el comportamiento del consumidor y el turismo fronterizo. Ostenta la Certificación Internacional Senior en Animación Turística y Sociocultural por la Société Coopérative de Formation (ADREP), la Chambre Régionale des entreprises de l'économie sociale et solidaire (CRESS), l'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (UNAT) y VTF, así como coautor del libro Aproximación a los fundamentos de la animación turística y sociocultural.

Email: onesimonator@gmail.com

Irma Brígida Suárez Rodríguez

Es Profesora Investigadora del Programa de Turismo Sustentable de la F.E.P.Z.H. de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Directora General de la Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo RECINATUR. Secretaria de Asuntos Académicos de la AMESTUR. Egresada del Curso Superior. Líder del proyecto Geoparque Aspirante Mundial UNESCO Huasteca Potosina. Presidenta del Colegio Internacional de Profesionales Especializados en Turismo y Gastronomía CIPETURG Capítulo San Luis Potosí, Instructora certificada por la UVM en la Metodología de Casos bajo el Método Harvard y Coordinadora de Comités Técnicos del Centro Histórico de Ciudad Valles.

Email: huastecageopark@gmail.com

Esteban Cruz Cruz

Cuenta con Licenciatura en Desarrollo Turístico Sustentable de la Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital y Maestría en Planeación y Desarrollo de Empresas Turísticas en el Centro Universitario - IESTUR. Egresado de Seminarios, Cursos y Talleres de Formador de Formadores en Animación Turística y Sociocultural, Coordinador de Congresos Internacionales en Animación Turística y Sociocultural y de Turismo Rural Comunitario. Cuenta con Experiencia Internacional en Pueblos Vacacionales del Sur de Francia como Animador infantil y familiar, y en la Secretaría de Turismo de la alcaldía de Barcelonnette, Francia. Obtuvo la Certificación Junior en Animación Turística y Sociocultural emitida por la Chambre Régionale des Entreprises de l'économie social e solidaire CRESS PACA, L'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air UNAT y VTF Francia-México. Actualmente colabora en la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía AMESTUR como Gerente Administrativo.

Email: barcelonnette750@gmail.com

AUTORES

Erendida del R. Álvarez López

Maestra en Planeación y Desarrollo Turístico por IESTUR 2019. Galardonada con la Medalla al Mérito Académico Prof. Héctor Manuel Romero. AMETUR 2011. Ponente dentro del Programa Nacional de Foros de Animación Turística y Sociocultural AMESTUR 2010-2012. Certificada en Animación Turística y Sociocultural AMESTUR- VTF-UNAT-PACA Febrero 2015. Participante del Seminar on Tourism Management of México 2018, Shandong Foreign Trade Vocational College, agosto 2018. Ponente en el Seminario de investigación alrededor del desarrollo sostenible: Universidad de Cali, Colombia, abril 2019. Certificadora del EC0072 Atención in situ a visitantes durante recorridos Turístico CONOCER. Docente de la Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico de la Universidad Tecnológica de Nayarit, titular de las asignaturas de Animación Turística, Animación Sociocultural, Patrimonio Natural y Cultural, Patrimonio Regional y Servicios de Turismo Cultural y de Naturaleza.

Email: erendida.alvarez@utnay.edu.mx

Edwin Agustín Carrión Albuja

Licenciado en lenguas y lingüística especialización quichua por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra con Master internacional en desarrollo integral de destinos turísticos por la Universidad de las palmas de gran canaria en España, Es consultor turístico y empresarial independiente y cuenta con experiencia Docente e Investigación a nivel nacional e internacional.

Email: eaca5801@yahoo.com.ar

Ileana Marcela Leal Silva

Maestría en Administración y desarrollo de negocios, Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Navojoa. Es Docente de licenciatura en materias administrativas y operativas bajo el enfoque del modelo por competencias, Responsable del bloque de Entorno Turístico de la carrera en Administración de Empresas Turísticas. Actualmente Docente del Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Navojoa.

Email: ileana.leal@itson.edu.mx

COMITÉ CIENTÍFICO EVALUADOR

Dra. Imelda Lorena Vázquez Jiménez

Doctora en Planeación Estratégica para la Mejora del Desempeño por el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) en vinculación con International Society for Performance Improvement (ISPI). Profesora de Tiempo Completo en el Departamento de Contaduría y Finanzas en ITSON. Líneas de Investigación: Mejora Organizacional para instituciones y organizaciones no lucrativas, Desempeño financiero en instituciones públicas, privadas y sociales. Es autora y coautora de diferentes libros relacionados a estos temas.

Mtro. John Sosa Covarrubias

Es Licenciado en Administración de Empresas Turísticas por el Instituto Tecnológico de Sonora, Cuenta con estudios de maestría en gestión del turismo sostenible en la Universidad para la Cooperación Internacional, Campus San José, Costa Rica. Es profesor de tiempo completo en el Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Navojoa, Fungió como Coordinador de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y actualmente se desempeña como Jefe del Departamento Académico. Así como, Secretario de Vinculación Institucional y Relaciones Internacionales de la AMESTUR.

Dra. Martha Leonor Anides Fonseca

Doctora en Desarrollo de Competencias Educativas, Maestría en Administración y Licenciada en Administración de Empresas Turísticas. Se desempeñó como Asesora en la Subsecretaría de Educación Media Superior de la SEP, En la Universidad Intercontinental como Directora de Humanidades, Comunicación y Negocios; Directora de Vinculación de la Universidad Tecnológica de Nayarit; Rectora de la Universidad Cuauhtémoc Campus Guadalajara, Rectora en la Universidad del Valle de México de los Campus, Guadalupe Insurgentes, San Luis Potosí, Aguascalientes y Saltillo. Premio Nacional de Educación Turística, otorgado en marzo 2012 por la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía y Miembro del Consejo Consultivo de AMESTUR.

Mtra. Brenda Adriana Marín Bolaños

Maestra en Administración y Gestión del Turismo por la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional, Maestra en Docencia para la Educación Media Superior y Superior de la Universidad La Salle Pachuca. Cuenta con Certificación Internacional Senior en Animación Turística y Sociocultural por VTF-UNAT-CRESS-AMESTUR Francia 2019. Diplomado en Desarrollo de Empresas Rurales y en Turismo Rural. Actualmente Profesor investigador de la Universidad Tecnológica de Cancún.

Dra. María Guadalupe Alicia Navarro Flores

Doctora en Gestión del Turismo. Docente investigadora por 21 años, actualmente se desempeña en la Licenciatura en Turismo presencial y en línea de la Universidad Autónoma de Zacatecas. Cuenta con Perfil PRODEP vigente. Capacitador externo de la secretaria de Turismo de Zacatecas. Asesora en la metodología de la elaboración de proyectos de Animación Sociocultural, además de revisora de capítulos de libro y publicaciones arbitradas. Certificación Senior en Animación Turística y Sociocultural emitida por la Chambre Régionale des Entreprises de l'économie social e solidaire CRESS PACA, L'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air UNAT y VTF Francia-México, así como integrante de la Academia Mexicana de Investigación Turística. Conferencista internacional con temas relacionados al turismo cultural, patrimonio, la economía naranja y el turismo creativo.

Mtra. Sandra Tiempo Vázquez

Es Lic. en Turismo y profesora de la Universidad Autónoma de Quintana Roo. Cuenta con un Diploma y certificación Internacional en Animación Turística y sociocultural nivel Senior por la AMESTUR VTF -UNAT-CRESS- Francia 2019. Tomó el seminario Taller Formador de Formadores de Animación Turística y Sociocultural. AMESTUR – Universidad Metropolitana. México 2014. Se ha actualizado tomando diferentes cursos referentes a la recreación en la animación, recreación para el adulto mayor y la pedagogía del juego. Ha sido tallerista abordando el tema de la animación en los Congresos Internacionales de Animación Turística y sociocultural, así como en los Congresos Internacionales de Turismo Rural por parte de la AMESTUR.

Mtro. Raúl Ernesto Paredes Polanco

Licenciado en Administración, por el Instituto Tecnológico de Mérida. Maestro en Innovación Educativa por la Universidad Autónoma de Yucatán. Profesor Investigador de Tiempo Completo en la UTRSUR Tekax. Par Coordinador de la Comisión de Pares Evaluadores Externos (CEPAE) de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES). Especialista en Animación Turística y Sociocultural - Grupo Foro de AMESTUR. Creador de programas de Animación Sociocultural Universitario. Egresado del Programa de Formador de Formadores Internacional AMESTUR - VTF – UNAT – Francia. Ha escrito publicaciones en Animación Turística y Sociocultural en diversas revistas. Ha impartido diversas Conferencias y Talleres en el tema Turístico.

