

Introducción

Introduction

El estudio del turismo como actividad económica y social, desde el ámbito académico, permite conocer las dinámicas y los aportes que generan los visitantes en los destinos. En primer lugar, se busca conocer desde lo económico y social, aspectos como la generación de empleo, el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, el desarrollo de los sistemas sanitarios y de salud, entre otros. Por otro lado, se puede explorar desde el punto de vida del visitante y las experiencias que viven al contacto de los servicios turísticos, tales como: hotelería, gastronomía, agencias de viajes, y atractivos culturales materiales e inmateriales del destino.

La industria turística según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019), representa un 29% de las exportaciones de servicios y un 7% de todas las exportaciones de bienes y servicios del mundo. Estas cifras permiten evidenciar la importancia del turismo a nivel mundial, ubicándolo entre los cinco principales sectores económicos, por delante de sectores como la industria de alimentos y muy cerca del sector de hidrocarburos. La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en cuanto al desarrollo económico y social para sectores que se relacionan con la industria, tales como la agricultura y la construcción.

En ese sentido, se presenta el desarrollo del capítulo 1, que expone la dinámica del mercado turístico del Valle del Cauca (Colombia). Iniciando con las características turísticas del departamento, el perfil de los visitantes con sus características demográficas en edad y género, algunas de las ofertas de productos y servicios turísticos como: número de alojamientos, restaurantes, agencias de viajes y atractivos por los cuales el visitante está dispuesto a vivir una experiencia en las zonas del país.

Luego en el capítulo 2, se realiza un análisis documental sobre los impactos y retos que debe afrontar el turismo gastronómico en el Valle del

Cauca, para ello, se hace un análisis deductivo, revisando casos y su contexto en países como Argentina, México y Perú para llegar a lo particular en el caso de Colombia y finalmente el Valle del Cauca. Identificando y analizando todos los aspectos que se sugieren como impactos y retos del turismo gastronómico.

Para el capítulo 3, se presentan propuestas de rutas gastronómicas con potencial de desarrollo en el Valle del Cauca, dada la diversidad en la oferta gastronómica. De esta forma se habla de fortalecer esfuerzos entre las entidades territoriales, el gobierno nacional, las organizaciones de orden privado y los operadores turísticos para proponer el diseño de estrategias de marketing, la demarcación oficial de las rutas gastronómicas y facilitar la labor de los operadores que permitan la dinamización del sector.

En el capítulo 4, se abordan las características psicográficas y generacionales asociadas al turismo de naturaleza, se proponen opciones a tener en cuenta para la oferta según el perfil del turista, en este se analizan aspectos como: características generacionales, el comportamiento del grupo etario; estas frente al tipo de turismo u oferta turística disponible y sus preferencias.

Finalmente en el capítulo 5, se presentan estrategias para la competitividad de las artesanías indígenas colombianas (caso de estudio comunidades indígenas del Putumayo), tomando como primer punto la necesidad de las comunidades indígenas, respecto a la producción y venta de sus artesanías y la manera de cómo ser más competitivos frente a la amplia oferta disponible en el mercado, pues la producción y comercialización de productos artesanales, cada día llaman más la atención de nuevos mercados y potenciales compradores.

De esta forma y a través de procesos documentales que condensen memorias, aspectos relevantes, descripciones y características de los territorios, la academia puede fortalecer y contribuir en el crecimiento de alternativas como el turismo que cobran mucha importancia en los aspectos económicos de las regiones y en las personas que se benefician de forma directa e indirecta de industrias crecientes como el turismo.

Referencias bibliográficas

OMT. (2019). *Las exportaciones generadas por el turismo internacional alcanzan los 1,7 billones de dólares de los EE. UU.* | OMT. UNWTO. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/global/press-release/2019-06-06/las-exportaciones-generadas-por-el-turismo-internacional-alcanzan-los-17-bi>

