

**OPINIONES EN DESARROLLO**  
Programa Turismo Responsable

Artículo núm. 18 | Julio de 2016

*Inventario de atractivos turísticos  
con identidad cultural y campesina  
del municipio de San Carlos,  
Salta, Argentina*

*Anastasia Pashikhina & Sara Mora*



[albasud.org](http://albasud.org) | [info@albasud.org](mailto:info@albasud.org)

ISBN: 978-84-617-4116-8. Este documento está bajo una licencia Creative Commons.



Una primera versión de este documento fue presentado como trabajo de final de grado en la Escuela Universitaria de Turismo y Hostelería de la Universidad de Barcelona (CETT-UB) en junio de 2016. La iniciativa tiene lugar en el marco del proyecto de asistencia técnica "Fortalecimiento del turismo rural comunitario en la provincia de Salta, Argentina", ejecutado por Alba Sud con el apoyo de la Diputación de Barcelona.

*Inventario de atractivos turísticos  
con identidad cultural y campesina  
del municipio de San Carlos,  
Salta, Argentina*

*Anastasia Pashikhina & Sara Mora*

**Resumen:**

San Carlos es un municipio situado en el norte de Argentina, en la provincia de Salta, interesado en el desarrollo de su territorio y sus valores históricos y culturales como atractivos turísticos. Nuestra investigación consiste en la elaboración del inventario de esos posibles atractivos del Municipio vinculados especialmente a la identidad cultural y campesina de su población. Nuestros principales objetivos han sido: elaborar un inventario de los atractivos turísticos, estudiar la situación turística en San Carlos y analizar la conexión que tiene San Carlos con el turismo rural comunitario. Para ello estructuramos nuestro trabajo en seis fases: estudio del contexto, elaboración del inventario, análisis de recursos y atractivos, estudio de la oferta turística de San Carlos, caracterización del perfil del turista y conexión de San Carlos con los valores del turismo rural comunitario. Como resultado de esta investigación identificamos veintitrés atractivos turísticos que dividimos en cuatro grupos de acuerdo con los valores que aportan: historia, cultura, naturaleza y eventos. Encontramos veintitrés alojamientos que dividimos en tres grupos de acuerdo con los servicios que prestan: casas de familia, hospedajes y camping. La oferta gastronómica de la localidad consiste en siete restaurantes y bares. San Carlos también empieza a aplicar principios de asociativismo en este modelo que ya está implantado en la Red de Turismo Campesino, que tiene su sede en el municipio.

**Palabras clave:** Oferta turística, recurso turístico, atractivo turístico, inventario, destino turístico, turismo rural comunitario.

## **1. Introducción y objetivos**

Hasta hace poco tanto los destinos turísticos como los turistas únicamente eran conscientes de los impactos que genera el turismo sobre el medio ambiente. Pero desde esta última década se empieza a

tomar en cuenta otra dimensión, la social, a la que la actividad turística también afecta de manera directa y que hasta ahora se había obviado. Así se conocen ya algunos casos alarmantes en los que la población local se ha visto desplazada por completo, creándose los denominados guetos turísticos. Pero no solo eso, en algunos casos, la población local está abandonando su vida, cultura, costumbres, modos de vida tradicional, para trabajar en el sector turístico, pero no por cuenta propia sino para terceros, lo que no comporta un beneficio para la comunidad local.

Para luchar contra todos estos problemas nace el turismo comunitario. El turismo comunitario, en palabras de Ernest Cañada, es un tipo de turismo que se desarrolla en zonas rurales en las que es la población local, en particular comunidades indígenas y familias campesinas, las que toman el control en el desarrollo, gestión y control y en la distribución de los beneficios que aporta esta actividad. Si bien no tiene que sustituir a las actividades tradicionales agropecuarias, sino ser un complemento, una opción más para ampliar y diversificar las opciones productivas de una zona.

### **1.1 La intención del estudio**

Gracias al interés que este tipo de turismo está generando en la actualidad y a nuestro interés particular por el desarrollo sostenible de la actividad turística, nuestra intención era estudiar a fondo todo lo relativo a opciones de desarrollo turístico con mayor protagonismo y beneficios para la comunidad local, y conocer más a fondo alguna realidad de este tipo de turismo. Pero nos interesaba saber si existe la posibilidad real de que se lleve a cabo con éxito alguna fórmula mixta que combine los principios del turismo rural comunitario con formas más convencionales, exprimiendo al máximo los aspectos positivos, los beneficios que dan ambos tipos de turismo.

Así, nuestra intención con este proyecto es por un lado contribuir al desarrollo de la localidad de San Carlos desde sus inicios, a partir de la realización de un estudio que refleje la situación actual de la localidad, la identificación y análisis de sus atractivos y recursos turísticos y el análisis de la oferta existente, que sirva como base del desarrollo turístico; y por otro lado realizar un estudio de campo para comprobar la viabilidad de la idea de desarrollar un turismo mixto.

### **1.2 Objetivos, hipótesis, plan de trabajo**

A partir de estas ideas se formula la siguiente hipótesis: «El Municipio de San Carlos dispone de los recursos turísticos y la oferta turística adecuados para el inicio del desarrollo del turismo en el marco del turismo rural comunitario».

Los objetivos de nuestro trabajo y los pasos para conseguirlos son los siguientes:

1. Conocer el contexto turístico de la localidad de San Carlos.
  - Recabar toda la información relativa al municipio de San Carlos y que tenga referencia con la actividad turística para conformar una imagen previa sobre el turismo.
2. Realización de un inventario de los atractivos turísticos.
  - Identificar los atractivos turísticos que ya existen hoy en la localidad y los recursos turísticos que tienen potencial para convertirse en atractivo turístico.
3. Realizar un análisis de estos recursos y atractivos:
  - Realizar una descripción e identificar los aspectos positivos y negativos de cada recurso, las posibles deficiencias que pueden tener.
  - Ver el potencial turístico de la localidad, de algunos de los recursos que están sin explotar y que se pretenden poner en valor.
4. Relevamiento de la oferta turística de la localidad.
  - Análisis de la oferta de alojamiento de San Carlos, ver las instalaciones y servicios de que dispone, identificar fortalezas y debilidades, identificar posibles deficiencias de estos establecimientos.
  - Análisis de la oferta de restauración, analizar las instalaciones y servicios que ofrece, identificar fortalezas y debilidades de estos establecimientos.
  - Crear una visión general de la oferta turística que tiene San Carlos.
  - Identificación de la oferta complementaria y otros prestadores de servicios turísticos que hay en el pueblo.
5. Elaboración de un perfil del turista y análisis de la adecuación de la oferta a la demanda actual que va a la localidad.
6. Análisis de una experiencia de turismo rural comunitario vinculada con el pueblo de San Carlos, el caso de la Red de Turismo Campesino.

Para poder realizar todo esto, se ha optado por llevar a cabo una investigación descriptiva basada principalmente en la observación directa y la entrevista en profundidad a diversos actores de la localidad y la recogida de datos. Las entrevistas se realizan a los propietarios de los establecimientos de alojamiento y restauración y otras personas del municipio con relación directa e indirecta con el

turismo. Así se entrevistó a los 23 propietarios de establecimientos de alojamiento, 6 propietarios de los establecimientos de restauración y 2 a personas del municipio directamente relacionadas con el turismo, un guía turístico y una artesana.

### 1.3 Marco de referencia conceptual

En primer lugar destacamos en una serie de definiciones clave para nuestra investigación:

- **Recurso turístico.** OMT: «Es el patrimonio utilizable. Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.»
- **Atractivo turístico.** SEGITTUR: «El atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.»
- **Inventario.** Organización de Estados Americanos (OEA): «El inventario de recursos turísticos es el catálogo de los lugares, objetos o establecimientos de interés turístico de un área determinada.»
- **Turismo rural.** Organización Mundial del Turismo (OMT): «Conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria.»
- **Turismo rural comunitario.** Alba Sud: «El turismo comunitario es un modelo de gestión de la actividad turística en el que la población local de un determinado territorio rural (principalmente familias campesinas y pueblos indígenas), y a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo (como cooperativas, asambleas comunales, asociaciones o grupos de familias asociados de algún modo), ejerce un papel preponderante en el control de su diseño, ejecución, gestión y distribución de beneficios.»

#### **1.4. El municipio de San Carlos**

Situado en la provincia de Salta, al noroeste de Argentina, está enmarcado dentro del contexto geográfico de los Valles Calchaquíes, a 22 kilómetros de Cafayate, la localidad más turística de la zona, y sin duda de la provincia de Salta en general.

El panorama turístico que se dibuja en Salta es el siguiente: existencia de varios destinos turísticos importantes muy diferentes entre sí, de los que destacan la propia capital de la provincia, Salta, y los Valles Calchaquíes, lo que permite dibujar una oferta turística muy variada y disponible a lo largo del año.

En cuanto a la demanda, se identifica con un perfil muy concreto, turista nacional, principalmente de provincias cercanas, que viaja en familia y lo que más atrae de esta provincia es la cultura y la arquitectura, seguido de la naturaleza y por último la tranquilidad que ofrece.

En este marco turístico, San Carlos está involucrado en un proyecto de desarrollo turístico, a través del cual se pretende fomentar el turismo y atraer nuevos turistas, atacando uno de sus principales problemas, la estacionalidad, a través de la creación de nuevos atractivos turísticos. Este proyecto de desarrollo turístico se inició en el momento en que el Ayuntamiento de la localidad reconoció la importancia de este fenómeno y los beneficios que aporta.

A partir de aquí, se inician las actuaciones necesarias involucrando a la población local. El proyecto de desarrollo turístico parte del siguiente panorama, existe ya desde hace tiempo una base muy importante de oferta turística, basada principalmente en una nutrida oferta de alojamientos, de diferentes tipos, y en una oferta de restauración. Además San Carlos tiene ya creada una imagen turística de pueblo tranquilo, histórico, con mucha identidad histórica y con una fuerte tradición artesanal, que son los principales atractivos.

Es necesario ahora complementar esta base con el desarrollo de otros atractivos turísticos, algunos de los cuales ya instaurados y otros todavía por desarrollar, pero que presentan un problema común, la falta de promoción y la desestructuración de la oferta, lo que hace que parezca que no hay oferta turística.

## **2. Resultados**

A partir del trabajo realizado se han llegado a la siguiente caracterización de la oferta y la demanda turística en el municipio.

## 2.1. La oferta turística

Por un lado, se ha hecho un análisis de los elementos que integran la oferta, tanto la existente como la oferta potencial. Así encontramos que en la localidad de San Carlos existen diversos atractivos turísticos que pueden encuadrarse dentro de cuatro categorías: atractivos de interés histórico, cultural, paisajístico y eventos.

**Cuadro 1. Atractivos turísticos de San Carlos**

ATRATIVOS DE INTERÉS HISTÓRICO	ATRATIVOS DE INTERÉS CULTURAL	ATRATIVOS DE INTERÉS PAISAJÍSTICO	EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iglesia de San Carlos Borromeo</li> <li>• San Carlos Pueblo Histórico</li> <li>• Museo Jallpha Kalchaki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• San Carlos Cuna de los Artesanos</li> <li>• Circuito del Pimentón</li> <li>• Circuito del Barro</li> <li>• El Barrial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Cajoncillo</li> <li>• Las Barrancas</li> <li>• Río Seco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Feria Artesanal de los Valles Calchaquíes</li> <li>• Barro Calchaquí</li> <li>• Bienvenida al 1er. turista del verano</li> <li>• Carnaval Vallisto</li> <li>• Concurso de Empanadas</li> <li>• Concurso de Empanadas elaboradas por hombres y Festival del Sol</li> <li>• Desfile de Estudiantes</li> <li>• Festival Solidario</li> <li>• Festival Valores, Cultura y Tradición</li> <li>• Fiesta de la Pachamama</li> <li>• Fiestas Patronales</li> <li>• Semana Santa</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de cada categoría existen varios atractivos, todos ellos tienen unas características comunes, pero también elementos particulares que los hacen diferenciarse entre ellos.

Además de estos atractivos localizados dentro del pueblo de San Carlos, hay otro que merece ser mencionado aquí: la localidad de San Lucas, localizado a 10 kilómetros de San Carlos, y que además tiene la particularidad de tener elementos que hacen que pueda ser encuadrado dentro de tres de las categorías por las características y particularidades que presenta el atractivo, interés histórico, cultura y paisajístico, como se expresa más adelante en la descripción del atractivo.

Sin duda el grupo más numeroso es el de los eventos de interés turístico, que como se ha señalado antes son los atractivos más desarrollados y promocionados turísticamente. Aquí también se subdivide en varias categorías, eventos de artesanía, eventos de folklore y festivales, eventos gastronómicos y eventos religiosos. Entre todos ellos destacan por el gran número de turistas que atraen la Feria Artesanal de los Valles Calchaquíes y el Barro Calchaquí.

Respecto de estos atractivos turísticos su mayor fortaleza es la gran cantidad y la diversidad de tipologías que existen. Por el contrario su principal debilidad es la poca promoción que se hace de ellos y la falta de organización y planificación en su desarrollo.

Un elemento que constituye la base del turismo en la localidad son los alojamientos turísticos. Existe una gran cantidad de alojamientos, de diferentes tipologías. En San Carlos hay 30 alojamientos, repartidos en tres categorías: casas de familia –que a su vez se dividen en viviendas compartidas, habitaciones independientes, casas independientes y cabañas–, hospedajes y el camping, que suman un total de 503 plazas de alojamiento, sin contar las tiendas de campaña que se pueden poner en el camping. De estos alojamientos la muestra analizada se reduce a 23, repartidos de la siguiente manera: 1 camping, 6 hospedajes habilitados, y 16 casas de familia, que a su mismo tiempo se reparten en 4 casas independientes, 7 viviendas compartidas, 4 alojamientos que ofrecen habitaciones independientes y 1 cabaña.

La realidad de los alojamientos en San Carlos es algo compleja, ya que a esta categorización hay que sumarle otra división previa, que es la que diferencia entre alojamientos habilitados y no habilitados. Esta diferenciación se hace en base a la normativa vigente, que establece unos requisitos mínimos que deben cumplir para recibir una habilitación a nivel provincial, y que hace que muchos de los establecimientos que ofrece San Carlos no encajen dentro de ninguna categoría. De los 30 alojamientos de la localidad solo 6 se encuentran hoy habilitados, y la realidad es que ni esos 6 cumplen con todas las condiciones para estar habilitados.



El problema se debe a que debido a esta falta de regulación, la evolución de los alojamientos se está haciendo a dos velocidades. Por un lado están los alojamientos habilitados, los cuales realizan inversiones constantes en los establecimientos para intentar adaptar el negocio a las nuevas realidades y necesidades de los clientes y hacer mejoras en las edificaciones; por otro lado están los no habilitados, muchos de ellos son las casas de las propias familias que alquilan en períodos de alta demanda, y que no acometen ninguna actuación de mejora en sus establecimientos. Esto hace que la oferta de alojamiento, además de desigual, se vea en muchas ocasiones desfasada.

Por último dentro de la oferta estructurada de la localidad encontramos los establecimientos de restauración. Hay 6 establecimientos de restauración y un número indefinido de pequeños kioscos, sandwicherías y puestos de comida rápida repartidos por toda la localidad. Para el proyecto se ha hecho un análisis de los establecimientos de restauración que tienen espacios habilitados para que la gente coma allí. De estos 6 establecimientos 5 ofrecen comida tradicional de la zona, platos típicos, regionales, elaborados en muchas ocasiones con los productos de la zona, y el otro ofrece comida rápida. Debido a esta orientación, el perfil del cliente que tienen también cambia, mientras que los que ofrecen comida regional reciben un mayor número de turistas, el otro tiene una clientela más local.

El panorama de los establecimientos de restauración es el que más matices negativos presenta, ya que a las necesidades de mejora y adecuación de muchas edificaciones se les suma la poco variada oferta gastronómica y los horarios de los restaurantes, que no existen oficialmente. Si bien, esto se ve compensado con la calidad de la comida y el buen trato.

A toda esta oferta hay que sumarle otro componente, la oferta complementaria, que se concreta en guiados, excursiones, visitas a talleres de artesanos. Esta oferta complementaria permite conectar la oferta turística de San Carlos con un concepto clave para nuestra investigación, el turismo rural comunitario.

San Carlos toma como referencia para desarrollarse turísticamente el modelo del turismo rural, en el que converge la participación ciudadana con un desarrollo turístico sostenible y responsable.

El marco del plan de desarrollo que se está llevando a cabo en San Carlos, tiene en cuenta impulso de las economías locales tradicionales, los principios de inclusión social, generación de redes, construcción de identidad, conservación del patrimonio natural y cultural y sostenibilidad del destino.

En el panorama turístico de San Carlos hoy prácticamente no existen estructuras formales de turismo rural, aunque ya se ven algunos pequeños ejemplos informales, como las sinergias entre los restaurantes y los hoteles del pueblo o el intento de formar un grupo de guías que mantendría contacto con las agencias de viajes que quieran trabajar con San Carlos, ofreciéndoles un producto ya preparado, ya que también se pondrían en contacto con los alojamientos, restaurantes, artesanos del pueblo. Un ejemplo más podría ser el caso de las tiendas de artesanía en San Carlos.

En base a todo este se ve necesario fortalecer estas relaciones centrando el desarrollo turístico de la localidad en el cooperativismo, teniendo en cuenta que en la realidad turística actual es vital establecer vínculos y propiciar el intercambio entre los actores del territorio. Así San Carlos también debería centrar su atención en el desarrollo turístico a través del asociativismo.

Aparte de todo este proceso de desarrollo turístico en el marco del turismo sostenible y la participación social, existe un caso en San Carlos, muy diferente y totalmente independiente de todo lo que se conecta con este proceso nuevo de planificación turística, la Red de Turismo Campesino.

La Red de Turismo Campesino es una cooperativa que agrupa a casi cincuenta familias de pequeños agricultores y artesanos, que viven en diferentes localidades de la parte norte de los Valles Calchaquíes y tienen su oficina central en San Carlos. La base de la oferta son las familias que ofrecen sus casas como alojamientos turísticos.

La Red optó por la forma de turismo más consciente de las actividades tradicionales y la cultura de la población local, y sitúa la actividad turística como un complemento de la actividad tradicional, permitiendo compaginar ambas actividades. Las familias que conforman la cooperativa se dedican como actividad económica principal a la producción agrícola y ganadera y a la producción de artesanías, y el turismo solo es una actividad complementaria a estas.

La oferta turística de la red se ha materializado en la conformación de un paquete turístico, que incluye normalmente la estancia de dos noches en alguno de los alojamientos de la red, y la pensión completa en los diferentes restaurantes, pensando en que un mismo cliente pase en esa estancia por diferentes lugares de la red. Además a esta experiencia turística se le añade el obsequio, que se le entrega al turista en el momento que finaliza la estancia.

La característica diferenciadora de esta oferta turística respecto de la oferta estándar es la relación que el turista tiene con el propietario del

establecimiento, la implicación personal que los dueños de los lugares tienen con el turista y la posibilidad que tienen de interactuar y compartir vivencias y formas de vida diferente.

### **3.2. La demanda**

A pesar de estar en una etapa inicial del desarrollo turístico, San Carlos tiene una base de demanda muy fuerte, que va a la localidad desde hace muchos años y que se identifica claramente. Comparándola con la demanda que recibe la provincia en general, se puede decir que coincide en su mayor parte el perfil del turista que va al pueblo; aunque aquí hay que hacer una aclaración, no existen datos sobre la demanda, por lo que el perfil se ha creado a partir de las entrevistas realizadas a los prestadores de servicios turísticos.

Mayoritariamente se trata de un turista nacional, proveniente de las provincias cercanas a Salta o de la propia Salta y de la provincia de Buenos Aires y de Córdoba. En su mayor parte son familias con hijos o parejas solas, de mediana edad, el grupo más numeroso es el comprendido entre los 25 y 45 años. El principal motivo de visita a San Carlos es la tranquilidad que ofrece el pueblo, el descanso, y el interés histórico que tiene.

Este turista se caracteriza principalmente por su fidelidad hacia los establecimientos donde se aloja y por el poco consumo que realiza en el pueblo, ya que en su mayor parte no consumen los atractivos turísticos de la localidad.

El turista internacional si bien también va a San Carlos lo hace en un porcentaje muy reducido. El perfil de este turista sin embargo es similar, parejas de mediana edad, provenientes de países como Francia, España o Bélgica, o de países limítrofes con Argentina.

En este caso el motivo de viaje a San Carlos es diferente ya que suelen parar en el pueblo de paso dentro de la ruta por los Valles Calchaquíes, y normalmente solo para pernoctar. La fidelidad de este turista es muy baja, sin embargo se aprecia un mayor consumo en la oferta de la localidad, sobre todo la gastronómica.

Un factor que marca mucho la demanda en San Carlos es la estacionalidad tan marcada, que se concentra principalmente en la temporada de verano, meses de enero y febrero, Semana Santa e invierno, en el mes de julio. Y por otra parte, la concentración en los fines de semana, especialmente en aquellos en los que se celebra algún evento.

El fenómeno genera un problema muy marcado: la falta de demanda provoca el cierre durante gran parte del año de la mayor parte de establecimientos. Esto implica que la oferta turística de la localidad se reduce al mínimo fuera de las temporadas altas, lo que al mismo tiempo hace que, a pesar de que la demanda sea tan baja, no lleguen a cumplirse muchas veces las necesidades de estos turistas, lo que a su vez produce que haya menos turistas todavía fuera de temporada. El análisis de la situación y posibilidades de desarrollo del turismo en San Carlos se sistematiza en el siguiente análisis FODA.

**Cuadro 2. Análisis FODA del desarrollo turístico en San Carlos**

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima.</li> <li>• Posición geográfica.</li> <li>• Atractivos paisajísticos.</li> <li>• Riqueza cultural, tradicional e histórica.</li> <li>• Reconocimiento de los atractivos y de la identidad del pueblo.</li> <li>• Oferta de alojamiento.</li> <li>• Eventos importantes a nivel regional.</li> <li>• Interés por el desarrollo turístico del pueblo.</li> <li>• Base de asociativismo.</li> <li>• Experiencias consolidadas.</li> <li>• Fidelidad del turista.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etapa inicial del turismo.</li> <li>• Puesta en valor de nuevos recursos turísticos.</li> <li>• Fama turística de la zona</li> <li>• Nuevos proyectos.</li> <li>• Integración de nuevos actores.</li> <li>• Capacidad de mejora de la oferta.</li> <li>• Interés destino San Carlos a nivel provincial.</li> <li>• Inicios de saturación de Cafayate.</li> <li>• Falta de plazas hoteleras en el Valle.</li> <li>• Iniciativas cooperación.</li> <li>• Desarrollo Comunicación y comercialización online.</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• TIC.</li> <li>• Estado conservación de los atractivos.</li> <li>• Simplicidad de la oferta hotelera.</li> <li>• Gastronomía.</li> <li>• Inversión en turismo.</li> <li>• Oficina de turismo.</li> <li>• Estacionalidad de la oferta.</li> <li>• Individualismo de los actores turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inestabilidad política y económica.</li> <li>• Incertidumbre sobre el futuro: miedo.</li> <li>• Competencia.</li> <li>• Desconocimiento turístico.</li> <li>• Estacionalidad de la demanda.</li> <li>• Nuevos proyectos.</li> <li>• Carácter población local.</li> </ul>

### 3. Conclusiones

A raíz de este análisis podemos extraer las siguientes conclusiones: por un lado se identifica en la localidad una oferta ya consolidada, existente previamente y que soporta la actividad turística desde el comienzo, tal es el caso de los locales gastronómicos y de la oferta de

alojamiento, tanto reglada como no. Por otro lado encontramos otra oferta, que todavía está en la fase inicial de desarrollo, y que tiene ligado este desarrollo al avance y al crecimiento de los atractivos turísticos que se están poniendo en valor en la actualidad. Así, se puede ver que el pueblo avanza a dos velocidades: la de los establecimientos ya consolidados, cuyo trabajo y objetivo en esta fase es adaptarse a la nueva situación, así como modificar y mejorar algunos elementos; y la de la oferta complementaria que empieza a andar ahora y que por tanto parte desde el inicio, teniendo que conformarse ahora. A partir de la división de la oferta, hicimos un análisis más en profundidad de los modelos de negocio que ya están consolidados en el pueblo, para identificar los aspectos negativos y los elementos a mejorar que estos tienen. Por otro lado, intentamos comprender y analizar las relaciones que se generan entre los diversos actores turísticos y entre estos y las instituciones públicas, para entender así el desarrollo de la actividad turística en la localidad. Y por último, a través de las experiencias y conocimientos de diversos actores turísticos pudimos elaborar un perfil de turista, que se identifica mayoritariamente con un turista nacional, de mediana edad, que viaja en familia o en pareja, buscando tranquilidad y descanso, concentrando el viaje principalmente en temporada de verano y de invierno. Con todo esto elaboramos un FODA de las características más importantes y destacables que afectan el desarrollo turístico de San Carlos.

Uno de los objetivos del trabajo era saber cómo encaja el modelo turístico actual de San Carlos con el modelo turístico que se pretende implementar a raíz del proyecto turístico. Así pudimos ver que aquí se pueden hacer varias modificaciones. En primer lugar es necesario equiparar a todos los actores al mismo nivel, para que se elimine la dualidad que existe en el desarrollo turístico y todos vayan a la misma velocidad; y por otro lado es necesario propiciar la creación de redes y relaciones formales entre todos los actores tanto públicos como privados. También pudimos observar que si bien la población de San Carlos tiende a la creación de estas redes y relaciones, gracias al carácter cooperativista de los vecinos, todavía no se ha creado por el momento ninguna red formal de apoyo y trabajo.

En el modelo turístico que se propone, con mayor inclusión y participación local, es importante la participación no solo de los actores implicados en turismo directamente, sino de todo el pueblo en general. Esta implicación vecinal no tiene otro objetivo que generar beneficios a toda la población local, tratando de evitar los efectos negativos del turismo. En el caso de San Carlos, la participación de los vecinos del pueblo viene a través de la opinión pública, ya que se fomenta la participación de todo el pueblo en charlas, foros, talleres, en los que se insta a todos los vecinos a aportar su enfoque, dar su

opinión acerca del turismo y del modelo de desarrollo turístico que se pretende llevar a cabo.

Con todo esto podemos afirmar que nuestra hipótesis ha sido validada, porque si bien ya existe el turismo en la localidad, existe la posibilidad de que se generen experiencias de turismo comunitario, como ya se está viendo ahora. Experiencias que tienen como base el asociativismo y la cooperación ya se están empezando a conformar, ejemplo claro es el caso del grupo de guías que se ha creado o el Camino de los Artesanos, una experiencia ya consolidada hace algún tiempo. Además, el proyecto que se está llevando a cabo hoy en día también tiene en cuenta estos principios de cooperación y asociativismo plasmados en la implicación de toda la población local en la toma de decisiones y en la incipiente conformación de redes de colaboración y trabajo entre los prestadores de servicios turísticos. Por su parte este trabajo pretende servir como base para la elaboración de este proyecto de desarrollo, como documento de soporte desde el que comenzar a caminar en el proceso de elaboración de un Plan de Desarrollo Turismo para la localidad, una primera sistematización de todos los elementos que conforman la oferta turística del municipio y un análisis de la situación actual del que partir para realizar posibles mejoras o instaurar las líneas de actuación pertinentes.

Durante el proceso de elaboración del trabajo hemos encontrado algunos frenos importantes, el problema la clara falta de información, de datos acerca del turismo en la localidad que nos ha obligado a empezar de cero en la búsqueda de información y a basarnos en fuentes más subjetivas, lo cual podría haber arrojado unos resultados algo sesgados en algunos aspectos. Por otro lado la desinformación general por parte tanto de la población local como de los actores turísticos en especial ha hecho que la información obtenida en ocasiones no fuera la buscada. Sin embargo, la buena disposición de la población local por colaborar con la investigación y el apoyo por parte de determinadas personas nos han hecho posible elaborar el trabajo.

**ALBA SUD** es un centro de investigación y comunicación para el desarrollo especializado en turismo responsable, trabajo digno y los bienes comunes de la tierra. Su sede social se encuentra en Barcelona y mantiene presencia permanente en Argentina, Nicaragua, El Salvador y México.