

Desarrollo del turismo sanmartiniano. Valoración turística de recursos y atractivos culturales

Diego Navarro-Drazich* Giuliana Rizzo**

Universidad del Aconcagua (Argentina)

Resumen: Esta investigación tiene como objetivo conocer el nivel de desarrollo de los recursos y atractivos turísticos vinculados con el General San Martín en la provincia argentina de Mendoza. A tales efectos, se observó una valoración de recursos turísticos mediante variables de conservación y tamaño, y una valoración de atractivos turísticos a través del análisis de disponibilidad de instrumentos de conversión. También se consideró la opinión de los visitantes, se clasificaron los recursos según necesidades de desarrollo y/o promoción, y según instrumentos de conversión requeridos. Se obtuvieron calificaciones polarizados sobre la valoración de los recursos turísticos sanmartinianos: una mitad con alto puntaje y con bajo la otra. Sobre el nivel de desarrollo, resultó que la mitad de los recursos están desarrollados, un tercio semidesarrollados y una quinta parte subdesarrollados. Además, se observó que coinciden dilatadamente los recursos más valiosos con los acondicionados por el Estado y con los apreciados por los visitantes.

Palabras Clave: San Martín; Turismo cultural; Valoración; Conversión; Recursos; Atractivos.

Tourism Development in San Martin (Mendoza, Argentina). An evaluation of the cultural resources and attractions

Abstract: The aim of this research is to ascertain the level of development of tourist resources and attractions in General San Martín in the Argentinian province of Mendoza. To this end, an assessment of tourist resources using the variables of conservation and size was carried out together with an evaluation of the possibility of attractions being easily converted for tourism. Visitors' opinions were also considered. The resources were then classified according to their development and/or promotion needs, and the degree of conversion required. Polarised qualifications were obtained on the assessment of these tourist resources: one half with a high score and the other low-scoring. Regarding the level of development, it turned out that half of the resources were already developed, a third semi-developed and a fifth underdeveloped. In addition, it was observed that the most valuable resources coincided with those set up by the State and with those most appreciated by visitors.

Keywords: San Martín; Cultural tourism; Assessment; Conversion; Resources; Attractions.

1. Introducción

Esta investigación tiene como objetivo conocer el nivel de desarrollo en la provincia argentina de Mendoza de los atractivos turísticos sanmartinianos, en el marco del turismo cultural. Puntualmente se observan los objetivos específicos de diagnosticar los recursos y atractivos turísticos sanmartinianos de Mendoza; comparar esas valoraciones con las de los visitantes; analizar los instrumentos de conversión necesarios para el óptimo desarrollo del producto sanmartiniano, con acento en el relato turístico; y proponer mejoras en los recursos sanmartinianos. Es evidente que ciertos recursos turísticos vinculados con San Martín ofrecen mayor relevancia histórica que otros y que algunos han sido mejor acondicionados que otros para favorecer la experiencia de los visitantes.

* Universidad del Aconcagua (Argentina); E-mail: navarrodrzich@yahoo.com; <https://orcid.org/0000-0003-4438-8468>

** Universidad del Aconcagua (Argentina); E-mail: giulianajimenarizzo@gmail.com

2. Marco conceptual y metodológico

Diversos conceptos proponen ideas similares sobre *turismo cultural*. Por una parte, Toselli (2003: 4) reproduce dos conceptualizaciones de ATLAS · Association for Tourism and Leisure Education. La primera indica que se trata de: “todo movimiento de personas hacia atracciones específicamente culturales como sitios patrimoniales, manifestaciones artísticas y culturales, arte y representaciones, fuera de sus lugares habituales de residencia”. La segunda lo asocia con “el movimiento temporal de personas hacia una atracción cultural fuera de su lugar habitual de residencia, con la intención de satisfacer sus necesidades culturales”. También, Santana Talavera (2008: 278), con base en Greg Richards (miembro del directorio de ATLAS), entiende al turismo cultural como “el movimiento de personas hacia atracciones culturales fuera de su lugar de residencia, con la intención de obtener nueva información y experiencias que satisfagan sus necesidades culturales”. Asimismo, Morére Molinero y Perelló Oliver (2013: 21) toman una definición de turismo cultural de la Organización Mundial del Turismo de 1995: “Todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros”. Por su parte Duis (2018: 129) recurre a una definición institucional de turismo cultural, la de la Secretaría de Turismo de Colombia; este concepto coincide con el de Sánchez Segrera (2015: 88) quien refiere al “viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”.

En suma, las definiciones coinciden en dos aspectos: se trata de un movimiento temporal de personas fuera de su lugar de residencia, motivadas por atracciones. Y tales atractivos suponen bienes tangibles (sitios patrimoniales, elementos materiales) e intangibles (elementos espirituales, intelectuales y afectivos) o ambos (manifestaciones artísticas y culturales, arte y representaciones).

Algunos autores fundamentan la opción al turismo cultural en ventajas para los diferentes actores del sistema turístico. Soro y González (2018) identifican tres beneficiarios: destinos, empresas y residentes. En primer lugar, los destinos pueden favorecerse por la diversificación de la oferta turística y por la descentralización geográfica de las actividades, según esos autores. Lavín y otros (2017) agregan que el patrimonio cultural del destino puede experimentar procesos de valoración y preservación, así como utilidades económicas y medioambientales. En segundo lugar, las empresas encontrarían provecho en trabajar con un segmento específico de la demanda y con una oferta generalmente insensible a la estacionalidad (Soro y González, 2018). En tercer lugar, los residentes hallarían varios estímulos en el turismo cultural: una forma virtuosa de relacionamiento con los visitantes, un instrumento para mantener vivas ciertas tradiciones, un medio laboral y de crecimiento económico y una herramienta para retener población (Soro y González, 2018 y Lavín y otros, 2017)

Respecto de una clasificación del turismo cultural, es habitual que observen las tipologías de los recursos turísticos-culturales. Es el caso de Soro y González (2018) quienes identifican siete subsectores: 1. Arquitectura; 2. Museo y Galerías; 3. Gastronomía; 4. Productos típicos; 5. Ecoturismo; 6. Conciertos y actuaciones; y 7. Artesanía. Otra opción extendida consiste en seguir la clásica ordenación de la UNESCO (2011) en bienes inmateriales y materiales, y estos últimos en muebles e inmuebles. De hecho, Mallor y otras (2013: 271) consideran esa taxonomía al afirmar que “el turismo cultural se basa en elementos tangibles como los museos o el patrimonio, e intangibles como el estilo de vida”. Por cierto, los recursos turísticos sanmartinianos (RTS) objeto empírico de esta investigación pertenecerían a los dos primeros subsectores y constituyen elementos tangibles.

Resulta de interés asimismo conocer a los turistas culturales. Según Soro y González (2018) suelen ser profesionales de entre 20 y 30 años, que ejercen independientemente o en puestos calificados, perciben sueldos relevantes y usan internet para informarse sobre destinos y atractivos turísticos. Cepeda Ortega (2018) los clasifica en *especialistas*, *muy motivados* y *ocasionales*. Los primeros representan entre el 10 y el 15% de los visitantes y realizan viajes por motivos culturales de manera frecuente y sistemática; los segundos suponen del 30 al 40% de los visitantes y viajan estimulados por atractivos culturales pero no frecuentemente; y los terceros realizan actividades culturales de manera esporádica y constituyen un segmento del 45 al 60%. Por su parte, Santana Talavera (2003) propone otra clasificación de turistas culturales, en *directos* e *indirectos*. Los primeros, que son la minoría, son turistas con un cierto conocimiento sobre campos diversos de la ciencia, el arte o las humanidades, por lo que el principal objetivo de sus viajes es conocer sitios culturales. También pueden estar interesados en el estilo de vida de los residentes, tradiciones, religiones, etc. Se preocupan por el cuidado ambiental, por las manifestaciones culturales y valoran lo nativo. En cambio, los *indirectos* (la mayor parte) son

turistas que principalmente buscan el relax, disfrutar del destino y, si hay tiempo y/o queda cerca, asisten a un sitio cultural y registran la experiencia mediante fotografías.

Difícil resulta la cuantificación de los turistas culturales internacionales, los empleos generados por el turismo cultural y los ingresos foráneos producidos por esta modalidad de turismo en diversos países. La principal causa se vincula con la polisemia de la categoría *cultura*, que resulta en una ingente heterogeneidad de recursos y prácticas culturales (Mallor y otras, 2013: 274; Soro y González, 2018: 8), al punto que casi toda actividad turística podría considerarse turismo cultural, incluso el ecoturismo (Soro y González, 2018: 16). De todas formas, las cifras mundiales o de otros países no suponen un marco estadístico significativo para el caso argentino, a la vez que este país no lleva registros específicos de turismo cultural.¹

Finalmente, cabe precisar que aquí se considerarán los *recursos turísticos* según Navarro (2015: 348) como los “bienes con características relevantes” para una sociedad determinada en un período de la historia. Por cierto, el mismo autor clasifica los recursos turísticos en naturales, culturales y humanos; y aplica la organización de la UNESCO a los tres tipos, no solo a los culturales.

La literatura específica sobre clasificación o tipificación y evaluación, valoración o jerarquización de recursos y/o atractivos turísticos experimenta un auge en la última década, según se observa en 16 artículos relevados.² La mitad de las publicaciones analizan recursos y atractivos naturales y culturales, un cuarto de ellas focaliza en los naturales y otro cuarto en los culturales. Generalmente se indagan recursos y atractivos de un destino turístico particular, cinco artículos focalizan en productos específicos distintivos de ciertos destinos (cultural, rural y pesca) y solo uno aborda una perspectiva exclusiva de producto sin vinculación con ningún destino (rural). Asimismo, y respecto de la pertenencia institucional de los autores (que suele coincidir con el origen de los casos analizados), se advierte que casi la mitad de las obras refieren a Ecuador, un par de Argentina, otro par de México y el resto de otros países americanos y europeos (Colombia, Cuba, España, Francia y Paraguay).

Todas las obras clasifican recursos y/o atractivos turísticos y enuncian haber realizado evaluaciones a esos bienes. Sin embargo, varios casos no representan aportes a esta investigación dado que: 1. no exponen la valoración (Campos Sánchez y otros, 2020; Mendoza-Loyo y otros, 2018); 2. consisten en evaluaciones de recursos naturales (Andrade y otros, 2020; Lazo Serrano y otros, 2017); 3. no exponen los criterios utilizados (Camara y Morcate Labrada, 2014; Toselli, 2019; Vanegas y otros, 2017).

De las restantes, todas las publicaciones dan al *estado de conservación* un valor relevante como criterio (excepto Sánchez Martín y otros, 2013). Cinco de las publicaciones tienen marco en la idea de *singularidad* en el plano internacional propuesta en la clásica jerarquización de la OEA-CICATUR³ hace casi medio siglo (Morales Blanco, 2021; Román Santamaría y otros, 2017; Suty Segovia y Cruz Cartentey, 2018; Sánchez Ruiz y otros, 2021. Carvajal Zambrano y Lemoine Quintero, 2018 no exponen la valoración) y cuatro prescinden de esa noción (artuche y otras, 2018; Herrera y otros, 2014; Sánchez Martín y otros, 2013 y Vázquez Martínez y Vázquez Solís, 2017). Se advierte que varias incluyen criterios externos al recurso,⁴ criterios no explicados (valor intrínseco, valor extrínseco en Román Santamaría y otros, 2017; Suty Segovia y Cruz Cartentey, 2018) y aún, confusamente, recursos mismos (festividades, gastronomía, artesanías y apropiación-valores de atractivos en Sánchez Martín y otros, 2013).

Se recupera de Vázquez Martínez y Vázquez Solís (2017) el criterio de *temporalidad (prehispánico, colonial, independiente, contemporáneo)*, aunque se observa que está ponderado en forma ascendente, por lo que curiosamente tendrían más valor los recursos más nuevos. Entendemos que se trata de un criterio valioso para jerarquizar recursos turísticos culturales tangibles, pero en esta investigación no fue incorporado dada la escasa diferencia en la antigüedad de los recursos sanmartinianos.

Sí se agrega el criterio del *tamaño*, como una desagregación del estado de conservación, pero también con autonomía propia. Basta revisar cualquier lista actual o histórica de los recursos y atractivos turísticos más visitados del mundo para advertir rápidamente que se trata de bienes tangibles, inmuebles y monumentales, sean naturales o culturales. Esto también es evidente para el caso de los recursos turísticos sanmartinianos: algunos, como el Monumento al Ejército de Los Andes en el Cerro de la Gloria, destacan más por su tamaño que por su antigüedad.

3. Los recursos turísticos sanmartinianos en Mendoza

Este trabajo pone foco en los recursos culturales tangibles inmuebles en la Provincia de Mendoza vinculados con el General San Martín, tanto los relacionados con su gobernación, como con su vida privada, con la organización y partida del Ejército de Los Andes y los lugares conmemorativos posteriores.

A modo de contextualización histórica interesa señalar que José de San Martín residió en Mendoza entre 1814 y 1817, años en los que desempeñó el cargo de gobernador intendente de la Provincia de Cuyo, comprendida por las actuales Mendoza, San Juan y San Luis, en el oeste argentino. Desde esa función, organizó el ejército que liberó del dominio colonial las actuales repúblicas de Argentina, Chile y Perú entre 1817 y 1822. La relevancia de esos históricos hechos políticos y militares dan origen a la actual relevancia turística.

Dos reflexiones, relacionadas entre sí, caben en este punto. De un lado, adviértase que la relevancia requerida por definición para ser un recurso turístico proviene de otros ámbitos, en este caso político y militar, pero en otros casos será artístico, geológico, ambiental, enológico; difícilmente turístico. De otro lado, obsérvese la *transitividad* en el valor de los recursos turísticos: los RTS no son necesariamente relevantes en sí mismos, sino por estar asociados a la figura de San Martín, y este por haber formulado y ejecutado una estrategia para la liberación de media Sudamérica.

Puntualmente, fueron relevados todos los RTS relacionados al prócer y su obra en la Provincia de Mendoza, incluso lugares y monumentos conmemorativos posteriores a su época. Gran parte de los 36 bienes identificados se encuentran en la zona del Gran Mendoza (29), principalmente en cuatro de sus municipios: más de la mitad (22) en Capital, cuatro en Las Heras; dos en Maipú y uno en Guaymallén. La zona Este de la Provincia de Mendoza cuenta con cuatro RTS y la zona del Valle de Uco con tres.

Tras inventariarlos y caracterizarlos, se realizó una valoración de los RTS en consideración de dos variables pertinentes a la tangibilidad de los bienes (y consecuentemente a su atraktividad): estado de conservación y tamaño. Se consideraron las siguientes escalas:

Tabla 1: Variables, valores y escalas de recursos turísticos sanmartinianos

Estado de conservación
4 = Original en buen estado (restaurado o no) 3 = Original deteriorado o modificado 2 = Réplica o retoño 1 = Sin original. Espacio del original perceptible o vacío 0 = Sin original. Espacio del original reutilizado
Tamaño
4 = Original/réplica mayor a escala humana 3 = Original/réplica a escala humana 2 = Original/réplica menor a escala humana 1 = Sin original. Espacio del original completo 0 = Sin original. Espacio del original incompleto
Valor
6-8 = Alto (verde) 3-5 = Medio (amarillo) 0-2 = Bajo (blanco)

Con resultados polarizados, más de la mitad de los recursos (18) obtuvo una valoración baja y casi la mitad obtuvo una valoración alta (17). Sólo uno obtuvo valoración media: el Solar del Cabildo.

Tabla 2: Valoración de recursos turísticos sanmartinianos

Recursos turísticos sanmartinianos	Conservación	Tamaño	Valor
1. Casa Natal de Mercedes San Martín y Escalada	0	0	0
2. Solar de la Maestranza del Ejército de los Andes	0	0	0
3. Alameda	1	1	2
4. Solar de San Martín	0	0	0
5. Biblioteca Pública “General San Martín”	0	0	0
6. Museo Histórico Sanmartiniano	4	2	6
7. Ruinas del Templo de San Francisco	3	4	7
8. Plaza Pedro del Castillo	3	4	7
9. Solar del Cabildo	3	2	5
10. Solar de la Iglesia Matriz	0	0	0
11. Templo de San Francisco	4	4	8
12. Solar del Convento de Santa Mónica y templo de San Agustín	0	0	0
13. Solar del Convento de Santa Catalina y templo de la Merced	0	0	0
14. Solar del Monasterio de la Buena Enseñanza	0	0	0
15. Solar del Convento de Santo Domingo de Soriano	0	0	0
16. Solar del Convento de San Francisco de Solano*	0	0	0
17. Sitio del Cuartel de Artillería	0	0	0
18. Memorial de la Bandera	4	3	7
19. Monumento al Ejército de los Andes	4	4	8
20. Archivo General de la Provincia**	4	2	6
21. Plaza San Martín	2	4	6
22. Pinacoteca Fidel Roig Matóns	4	4	8
23. Solar del Hospital San Antonio	0	0	0
24. Casco de la Antigua “Estancia de los Molina”	2	4	6
25. Restos de la Posta de Rodeo del Medio	0	0	0
26. Campo del Plumerillo	2	4	6
27. Capilla de Plumerillo	2	4	6
28. Sauce en el Campo del Plumerillo	2	4	6
29. Batán de Tejada	0	0	0
30. Chacra de San Martín (Chacra de “Los Barriales”)	2	4	6
31. Olivo Histórico	4	4	8
32. Posta del Retamo	0	0	0
33. Museo del Solar Histórico Molino Orfila	3	4	7
34. Manzano de Tunuyán	2	4	6
35. Casa de los Villanueva - Ex Estancia El Totoral	0	0	0
36. Ruinas del Fuerte San Carlos	2	0	2

Notas: (*) También Iglesia de la Caridad y Hospital Militar. (**) Alberga documentos originales del Gral. José de San Martín.

3. Los atractivos turísticos sanmartinianos en Mendoza

Se considera que los *atractivos turísticos* son “recursos turísticos creados o convertidos para facilitar la experiencia turística” (Navarro, 2015: 354). Dado que ninguno de los recursos turísticos relevados fue creado con fines turísticos como fin primordial, se centraron esfuerzos en analizar los procesos de conversión; esto es, atractivos convertidos antes que atractivos creados. Siguiendo al mismo autor, la transformación de recursos en atractivos resulta de la implementación de instrumentos de conversión (instalaciones, relatos y/o actividades) según sea el vínculo con el sujeto-turista que sugiere el objeto-recurso (apreciación, interpretación y/o participación).

Así, se obtuvo que el valor de todos los recursos radica en su dimensión intelectual, por lo que se impone una relación de interpretación (IT) que se materializa en un instrumento específico: el relato (RE). Pero once recursos también impresionan desde su dimensión sensorial, con lo que proponen una relación de apreciación (AP) con el visitante; esto habilita a la incorporación de instalaciones (IS) a fin de optimizar la experiencia; siempre que el recurso lo permita, considerando que este instrumento es el único de los tres con presencia material. Por cierto, ningún recurso destaca por su dimensión vivencial, por lo que no se impone la relación de participación y su instrumento, la actividad turística, constituye una opción más deseable que necesaria (ej.: cruce de la cordillera por los pasos del Ejército Libertador).

El inventario de RTS también incluyó el relevamiento de sus instrumentos de conversión. Por una parte, entre las instalaciones se registraron asientos, glorietas, miradores, pasarelas y senderos. Por otra parte, los relatos fueron plasmados en folletos, fotografías, hologramas, placas, carteles y videos. Pero también originaron actividades, como ciclos de cine histórico y visitas guiadas. Y aún se registraron instalaciones como soporte de relatos en los casos de centros de interpretación, maquetas, murales, pisos vítreos y vitrinas expositoras.

Tabla 3: Valoración de atractivos turísticos sanmartinianos

Recurso	Relación	Instrumento		Tipo	Valor
		Teórico	Empírico		
1	IT · AP	RE · IS	S	CV	D
2	IT	RE	N	P	sD
3	IT · AP	RE · IS	S	CV	D
4	IT	RE	I	CV	SD
5	IT	RE	S	CV	D
6	IT	RE	S	CV	D
7	IT · AP	RE · IS	S	CV	D
8	IT · AP	RE · IS	S	CV	D
9	IT	RE	S	CV	D
10	IT	RE	I	CV	SD
11	IT	RE	S	CV	D
12	IT	RE	N	P	sD
13	IT	RE	I	CV	SD
14	IT	RE	I	CV	SD
15	IT	RE	I	CV	SD
16	IT	RE	I	CV	SD
17	IT	RE	I	CV	SD

18	IT · AP	RE · IS	S	CV	D
19	IT · AP	RE · IS	I	CV	SD
20	IT	RE	S	CV	D
21	IT · AP	RE · IS	S	CV	D
22	IT	RE	S	CV	D
23	IT	RE	N	P	sD
24	IT	RE	S	CV	D
25	IT	RE	I	CV	SD
26	IT · AP	RE · IS	S	CV	D
27	IT	RE	S	CV	D
28	IT · AP	RE · IS	N	P	sD
29	IT	RE	N	P	sD
30	IT	RE	S	CV	D
31	IT · AP	RE · IS	N	P	sD
32	IT	RE	I	CV	SD
33	IT	RE	I	CV	SD
34	IT · AP	RE · IS	S	CV	D
35	IT	RE	N	P	sD
36	IT	RE	I	CV	SD

Como resultado se observa, en primer lugar, que siete recursos (casi el 20%) no presentan instrumentos de conversión (N), es decir que no han sido convertidos en atractivos turísticos y pueden ser considerados atractivos potenciales (P); por lo tanto se consideran subdesarrollados (sD). En segundo lugar, 29 recursos (más del 80%) han sido convertidos en atractivos turísticos (CV): doce de ellos (un tercio del total) en forma insuficiente (I), por lo que constituyen atractivos turísticos semidesarrollados (SD); 17 de ellos (47%) en forma satisfactoria (S) y son considerados atractivos desarrollados (D). Por cierto, no se advierten casos de atractivos supradesarrollados ni pseudodesarrollados, según la tipología de Navarro (2015).

4. Comparación de valoraciones

Adicionalmente, se compararon las anteriores valoraciones de recursos y de atractivos con la valoración de los visitantes. Para esto último se consideran las estrellas otorgadas a cada recurso por usuarios de Google en agosto de 2019. Cabe agregar que TripAdvisor, fuente alternativa para registrar la opinión de los sujetos, solo ofrece evaluaciones para unos pocos recursos y por lo tanto no fue considerada. Por cierto, Google califica solo a la mitad de los recursos (18). A fin de facilitar la lectura de los resultados entre las tres valoraciones, los criterios fueron homogeneizados de la siguiente forma:

Tabla 4: Equivalencias entre valoraciones

Valor	Valor recurso	Valor atractivo	Valor Google
Bajo	0 a 2	Subdesarrollado	0 a 1,9 estrellas
Medio	3 a 5	Semidesarrollado	2 a 3,9 estrellas
Alto	6 a 8	Desarrollado	4 a 5 estrellas

Tabla 5: Comparación de valoraciones

Recurso	Valor recurso	Valor atractivo	Valor Google
1. Casa Natal de Mercedes San Martín y Escalada	0	D	4,1
2. Solar de la Maestranza del Ejército de los Andes	0	sD	-
3. Alameda	2	D	4,1
4. Solar de San Martín	0	SD	-
5. Biblioteca Pública "General San Martín"	0	D	4,4
6. Museo Histórico Sanmartiniano	6	D	3,7
7. Ruinas del Templo de San Francisco	7	D	4,3
8. Plaza Pedro del Castillo	7	D	4,3
9. Solar del Cabildo	5	D	-
10. Solar de la Iglesia Matriz	0	SD	-
11. Templo de San Francisco	8	D	4,5
12. Solar del Convento de Santa Mónica y templo de San Agustín	0	sD	-
13. Solar del Convento de Santa Catalina y templo de la Merced	0	SD	4,4
14. Solar del Monasterio de la Buena Enseñanza	0	SD	-
15. Solar del Convento de Santo Domingo de Soriano	0	SD	-
16. Solar del Convento de San Francisco de Solano	0	SD	-
17. Sitio del Cuartel de Artillería	0	SD	-
18. Memorial de la Bandera	7	D	4,6
19. Monumento al Ejército de los Andes	8	SD	4,6
20. Archivo General de la Provincia	6	D	4,0
21. Plaza San Martín	6	D	4,4
22. Pinacoteca Fidel Roig Matóns	8	D	4,5
23. Solar del Hospital San Antonio	0	sD	-
24. Casco de la Antigua "Estancia de los Molina"	6	D	4,6
25. Restos de la Posta de Rodeo del Medio	0	SD	-
26. Campo del Plumerillo	6	D	4,2
27. Capilla de Plumerillo	6	D	4,5
28. Sauce en el Campo del Plumerillo	6	sD	-
29. Batán de Tejeda	0	sD	-
30. Chacra de San Martín (Chacra de "Los Barriales")	6	D	4,5
31. Olivo Histórico	8	sD	-
32. Posta del Retamo	0	SD	-
33. Museo del Solar Histórico Molino Orfila	7	SD	3,8
34. Manzano de Tunuyán	6	D	-
35. Casa de los Villanueva - Ex Estancia El Totoral	0	sD	-
36. Ruinas del Fuerte San Carlos	2	SD	-

Como se comentó, más de la mitad de los recursos (18) no tiene valoración de usuarios de Google. Es evidente el desconocimiento de aquellos por parte de estos y la necesidad de trabajar en la conversión y posterior comunicación, particularmente en los casos de alto valor que curiosamente son tres árboles históricos: Sauce del Plumerillo, Olivo Histórico y Manzano de Tunuyán.

Por una parte, se observa que hay alta coincidencia entre la valoración de recursos determinada en esta investigación y la opinión de los usuarios (en dos tercios de los casos). Dos recursos fueron valorados con mayor puntaje en esta investigación: el Museo Sanmartiniano y el Museo de Orfila. Y cuatro recursos fueron valorados aquí con menor puntaje, uno de ellos es la Casa Natal de Mercedes de San Martín, donde se inauguró un museo de sitio poco tiempo después de este registro, por lo que seguramente cambiará esa calificación próximamente.

Por otra parte, la comparación entre las valoraciones de recursos y atractivos denota que se han operado conversiones sobre los recursos más valiosos. En efecto, gran parte de los recursos de alto valor en esta investigación son también atractivos desarrollados (13 sobre 17). De la misma forma que gran parte de los recursos de bajo valor en esta investigación son atractivos subdesarrollados o semidesarrollados (15 sobre 18).

Las disidencias están dadas por cuatro recursos de alto valor en esta investigación que son a la vez atractivos semidesarrollados o subdesarrollados: el Monumento al Ejército de los Andes, el Sauce del Plumerillo, el Olivo histórico y el Museo de Orfila. Estos casos reclaman intervenciones prioritariamente a fin de aprovechar su potencial y lograr una conversión óptima. También hay cuatro recursos de valor medio o bajo en esta investigación que han sido convertidos en atractivos turísticos desarrollados: la Casa Natal de Mercedes San Martín, la Alameda, la Biblioteca San Martín y el Solar del Cabildo. Este dato es importante ya que evidencia otros factores (además del estado de conservación y el tamaño) que dan relevancia a un recurso e imponen su conversión: la funcionalidad actual (la Alameda como paseo, la Biblioteca como servicio público) y la relevancia en relación a la figura de San Martín: su casa y su lugar de trabajo. Acaso esto último evidencie la pertinencia de dimensionar componentes intangibles, no solo los tangibles: desafío que invita a estudios específicos a fin de conocer el valor simbólico para el turismo de este tipo de recursos culturales.

Finalmente, la comparación entre la valoración de Google y los atractivos resulta en alta coincidencia (31 sobre 36), evidente en las correspondencias entre: atractivos desarrollados y recursos con valor alto (14 sobre 17), atractivos semidesarrollados y recursos con valor medio (1 sobre 1), y atractivos subdesarrollados con recursos de valor bajo o sin calificación (16 de 18).

Solo dos atractivos semidesarrollados fueron valorados con alto puntaje en Google: el Solar del Templo de la Merced y el Monumento al Ejército de los Andes. En el primer caso, el RTS valorado en esta investigación es aquel templo de la Merced que fue destruido por un terremoto en el siglo XIX. Pero los usuarios de Google calificaron al actual templo, construido en 1908: edificio imponente de bellos exterior e interior. Ante esto, una opción es eludir la valoración de visitantes en tanto refiere a otro recurso. Otra opción es considerar en futuras investigaciones el *factor superposición* y, en tanto se trata la misma institución, evaluar al recurso nuevo aunque no esté relacionado con San Martín (siguiendo el procedimiento de esta investigación el nuevo templo tendría valor alto). Claro que esta decisión no desnudaría que el antiguo templo, recurso contemporáneo a San Martín, no ha sido convertido en atractivo y está desaprovechado. Considerar ambos casos por separado probablemente resulte más justo. Lo propio se aplica a otros casos como el Museo de las Bóvedas en la Chacra de los Barriales, el Museo del Área Fundacional sobre el Solar del Cabildo, el templo nuevo de Santo Domingo sobre el viejo, etc. Una operación similar a la sugerida se observó al considerar por separado las actuales Biblioteca San Martín y el Museo Sanmartiniano respecto del Solar de San Martín sobre el que se encuentran aquellos dos edificios, aunque en este caso la distinción respondió a que se trataba de tres recursos ostensiblemente diferentes.

El caso del monumento al Ejército de los Andes es también un recurso turístico de alta valoración en esta investigación y altamente apreciado en Google, aunque también un atractivo turístico semidesarrollado. Es evidente que los turistas reconocen la relevancia del recurso amén de procesos incompletos de conversión en atractivo (la valoración de los usuarios no distingue entre recursos y atractivos).

Finalmente, sólo tres atractivos desarrollados no tienen puntuación o fueron valorados con menor puntaje en Google: el Museo Sanmartiniano, el Solar del Cabildo y el Manzano de Tunuyán. Es probable que el Museo, aunque desarrollado, requiera acciones de intervención para optimizar su atractivo. El caso del Solar del Cabildo presenta una situación inversa al Templo de la Merced: los visitantes han calificado el actual Museo del Área Fundacional que se yergue sobre los restos del último cabildo. Y el Manzano Histórico extrañamente no está registrado en Google como atractivo turístico.

5. Conversión y optimización de recursos sanmartinianos

Los análisis anteriores permiten decidir los RTS que requieren ser convertidos y comunicados. Por un lado, se considera que los recursos semidesarrollados y subdesarrollados son de conversión prioritaria y los desarrollados no requieren conversión prioritaria, aunque en muchos casos pueden ser optimizados. Por otro lado, los recursos de baja y media valoración por parte de los usuarios de Google necesitan ser comunicados, más que los de valoración alta. En cursiva se marcan los RTS de valor alto.

Tabla 6: Recursos turísticos sanmartinianos según prioridad de desarrollo y promoción.

	Comunicación no prioritaria	Comunicación prioritaria
Conversión no prioritaria	<ul style="list-style-type: none"> • Casa Natal de Mercedes San Martín. • Alameda. • Biblioteca Pública "General San Martín". • <i>Ruinas del Templo de San Francisco.</i> • <i>Plaza Pedro del Castillo.</i> • <i>Templo de San Francisco.</i> • <i>Memorial de la Bandera.</i> • <i>Archivo General de la Provincia.</i> • <i>Plaza San Martín.</i> • <i>Pinacoteca Fidel Roig Matóns.</i> • <i>Casco de "Estancia de los Molina".</i> • <i>Campo del Plumerillo.</i> • <i>Capilla de Plumerillo.</i> • <i>Chacra de San Martín.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Museo Histórico Sanmartiniano.</i> • Solar del Cabildo. • <i>Manzano de Tunuyán.</i>
Conversión prioritaria	<ul style="list-style-type: none"> • S. del Convento de Santa Catalina. • <i>Monumento al Ejército de los Andes.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • S. de la Maestranza. • S. de San Martín. • S. de la Iglesia Matriz. • S. del Convento de Sta. Mónica. • S. del Monasterio de la B^o Enseñanza. • S. del Convento de Santo Domingo. • S. del Convento de San Francisco. • Sitio del Cuartel de Artillería. • S. del Hospital San Antonio. • Restos de la Posta de Rodeo del Medio. • <i>Sauce en el Campo del Plumerillo.</i> • Batán de Tejeda. • <i>Olivo Histórico.</i> • Posta del Retamo. • <i>Museo de Orfila.</i> • Casa de los Villanueva. • Ruinas del Fuerte San Carlos.

Se observa una situación cuantitativamente polarizada y cualitativamente optimista. Respecto de lo primero, hay una alta concentración de recursos en los cuadrantes más y menos comprometidos (17 y 14, en blanco y verde, respectivamente) y unos pocos en los cuadrantes intermedios (3 y 2, en amarillo). Respecto de lo segundo, el cuadrante menos comprometido (verde) agrupa la mayor concentración de recursos valiosos (11) y sólo unos pocos recursos valiosos se ubican en los demás cuadrantes (1; 2 y 3). En suma, si bien son muchos (61%) los recursos que reclaman una o ambas operaciones (conversión y comunicación), no son tantos los de alta valoración (35%). Esto significa que los RTS presentan un nivel de desarrollo aceptable en atractivos turísticos, pero aún ofrece extendidas posibilidades a partir de los recursos secundarios.

Tabla 7: Recursos turísticos sanmartinianos según necesidad e instrumentos de conversión.

Instrumento	Implementar (subdesarrollados)	Optimizar (semidesarrollados)
Relato	<ol style="list-style-type: none"> Solar de la Maestranza. S. del Convento de Sta. Mónica. S. del Hospital San Antonio. Batán de Tejeda. Casa de los Villanueva. 	<ol style="list-style-type: none"> S. de San Martín. Museo Histórico Sanmartiniano. Plaza Pedro del Castillo. S. de la Iglesia Matriz. S. del Convento de Santa Catalina. S. del Monasterio de la Buena Enseñanza. S. del Convento de Santo Domingo. S. del Convento de San Francisco. Sitio del Cuartel de Artillería. Restos de la Posta de Rodeo del Medio. Posta El Retamo. Museo del Solar Histórico Molino Orfila. Ruinas del Fuerte San Carlos.
Instalación y relato	<ol style="list-style-type: none"> Sauce del Plumerillo. Olivo histórico. 	<ol style="list-style-type: none"> Monumento al Ejército de los Andes.
Instalación		<ol style="list-style-type: none"> Campo del Plumerillo.

A fin de aprovechar la potencialidad de los RTS, se propone desarrollar los siete recursos subdesarrollados (7) mediante la incorporación de relatos en cinco de ellos y de relatos e instalaciones en dos. Otros quince (15) recursos cuentan con relatos e/o instalaciones pero resultan insuficientes en ciertos casos.

6. Servicios de interpretación

Como se refirió, todos los RTS requieren ser interpretados para convertirse en atractivos turísticos y casi la mitad de esos recursos han experimentado efectivamente esa conversión mediante la disponibilidad de relatos. También se mencionaron las figuras específicas en que se materializan esos relatos, en ocasiones, combinados con otros instrumentos de conversión (instalaciones y actividades). Entre esas figuras, solo las visitas guiadas suponen un soporte humano o *canal natural* en perspectiva de la Comunicación (Cicalese, 2000) y también puestos de empleo desde la óptica socioeconómica. Por este motivo, se diferenciaron los RST que ofrecen visitas guiadas propias (verde), los que están incluidos en visitas guiadas inclusivas de varios recursos (amarillo) y los que no cuentan con ese servicio (blanco).

Tabla 8: Recursos turísticos sanmartinianos según disponibilidad de visita guiada.

Recursos turísticos sanmartinianos	Visita guiada
1. Casa Natal de Mercedes San Martín y Escalada	Visita propia
2. Maestranza del Ejército de Los Andes	Incluido en visita
3. Alameda	Incluido en visita
4. Solar de San Martín	Sin visita
5. Biblioteca Pública "General San Martín"	Visita propia
6. Museo Histórico Sanmartiniano*	Visita propia
7. Ruinas del Templo de San Francisco	Visita propia

Recursos turísticos sanmartinianos	Visita guiada
8. Plaza “Pedro del Castillo”	Visita propia
9. Solar donde estuvo emplazado el Cabildo de la Ciudad de Mendoza	Visita propia
10. Solar de la Iglesia Matriz	Sin visita
11. Templo de San Francisco	Sin visita
12. Solar del Convento de Santa Mónica y templo de San Agustín	Sin visita
13. Solar del Convento de Santa Catalina y templo de la Merced	Sin visita
14. Solar del Monasterio de la Buena Enseñanza	Sin visita
15. Solar del Convento de Santo Domingo Soriano	Incluido en visita
16. Solar del Convento de San Francisco de Solano	Sin visita
17. Sitio del Cuartel de Artillería	Incluido en visita
18. Memorial de la Bandera	Visita propia
19. Monumento al Ejército de los Andes	Incluido en visita
20. Archivo general de la Provincia de Mendoza	Visita propia
21. Plaza San Martín	Incluido en visita
22. Pinacoteca Fidel Roig Matóns	Visita propia
23. Solar del Hospital San Antonio	Sin visita
24. Casco de la antigua Estancia de los Molina, “Casa de las Bóvedas”	Visita propia
25. Posta de Rodeo del Medio	Sin visita
26. Campo del Plumerillo	Visita propia
27. Capilla de Plumerillo	Visita propia
28. Sauce en el Campo del Plumerillo	Sin visita
29. Batán de Tejeda	Sin visita
30. Chacra de San Martín (Chacra de “Los Barriales”)	Visita propia
31. Olivo histórico	Sin visita
32. Posta del Retamo	Sin visita
33. Museo del Solar Histórico Molino Orfila	Sin visita
34. Manzano de Tunuyán	Visita propia
35. Ex estancia El Totoral	Sin visita
36. Fuerte San Carlos	Visita propia

Nota: (*) Visita guiada propia pero sólo para estudiantes y grupos numerosos.

Más de un tercio (14) de los RTS cuenta con visita guiada propia, una quinta parte (7) son recursos con visita guiada no propia (ej.: city tours) y más de un tercio (15) no cuentan con ese servicio. Es decir que es casi igual la cantidad de recursos con visita propia y sin visita. Se advierte que varios recursos de alta valoración (en gris) no cuentan con visita guiada: el actual Templo de San Francisco, el Sauce del Plumerillo, el Olivo Histórico y el Museo de Orfila.

7. Conclusiones

El denominado *turismo sanmartiniano* se sustenta en recursos turísticos vinculados con ese prócer de la Independencia. El relevamiento de los RTS ubicados en la provincia argentina de Mendoza da cuenta de 36 bienes inmuebles. A fin de conocer su potencialidad turística, estos fueron analizados con base en dos variables: conservación y tamaño. Este primer ejercicio intelectual

visibilizó resultados polarizados: casi la mitad de los recursos obtuvo altas calificaciones y la otra mitad una valoración baja.

A la luz de la revisión de la literatura cabe agregar dos observaciones. Primero, que es útil partir de conceptualizaciones precisas a fin de evitar la consideración de criterios externos al recurso. Segundo, que es necesario avanzar en la definición de criterios específicos para la evaluación de recursos turísticos: no cualquier criterio es aplicable a todos los recursos. Ciertas dimensiones resultan insoslayables en este sentido: la naturaleza del recurso (natural, cultural o humano), la materialidad (tangible o intangible) y la movilidad (mueble e inmueble) (Navarro, 2015).

El ir y volver de la realidad a la teoría a través de la metodología permite pulir ideas y procedimientos. Así, la operación anterior puso luz en dos cuestiones interesantes. Por una parte, si los recursos turísticos son bienes con características relevantes, nótese que tal relevancia proviene de ámbitos diferentes al turismo. En este caso, San Martín fue y es relevante desde la historia, la política, la estrategia militar, la administración pública. Como la educación y la prensa, es turismo es un medio para transmitir conocimientos, particularmente este tipo de turismo (cultural), basado en recursos que reclaman interpretación debido a su naturaleza intelectual. Otros tipos de turismo consistirán en intermediarios para la transmisión de impresiones sensoriales (ej.: turismo de naturaleza) o de vivencias (ej.: turismo aventura).

Por otra parte, el ejercicio de valoración permitió reparar que los recursos turísticos pueden poseer un valor propio y/o un valor reflejado. Como la luna por el sol, los RTS brillan por la luz sanmartiniana que reciben, incluso los solares donde no subsiste (o nunca hubo) nada material vinculado con el Libertador. Esta propiedad transitiva de los recursos turísticos abre ingentes posibilidades a recursos y destinos *irrelevantes* mediante la capitalización del valor de recursos *relevantes*, siempre que sea factible la asociación.

A fin de conocer el grado de desarrollo de los RTS se analizó la disponibilidad de instrumentos de conversión para cada caso. Este segundo ejercicio intelectual develó que casi la mitad de los recursos (47%) están desarrollados, un tercio (33%) se encuentran semidesarrollados y menos de una quinta parte (19%) presentan un estado de subdesarrollo. Asimismo, al comparar las valoraciones de recursos y de atractivos se concluye que (acaso intuitivamente) los gestores han efectuado conversiones sobre los recursos más valiosos.

Un tercer ejercicio intelectual fue validar las valoraciones anteriores mediante la opinión de los visitantes, para lo cual se revisaron las calificaciones otorgadas por usuarios de Google. En este sentido, se verificó alta coincidencia para ambos casos.

Se observa que la calificación de los visitantes refiere a bienes actuales y el relevamiento de RTS extendidamente refiere bienes pretéritos, algunos inexistentes en la actualidad. Se advierte que esto ocurre en al menos tres situaciones: cuando cambió el inmueble pero continuó la institución o uso (ej.: Plaza a Plaza Pedro del Castillo), cuando cambiaron ambos (ej.: cabildo a feria) y cuando cambiaron ambos pero el nuevo uso se basa en el anterior (ej.: casa de San Martín a centro de interpretación). En estos casos de dos o más recursos relevantes que se suceden en el tiempo y se superponen en el espacio, considerarlos por separado enriquecerá el análisis. Así, como recurso turístico está tan vigente la inexistente Alameda de los días de San Martín como el paseo homónimo varias veces remodelado y sin álamos de estos días, convive el destruido templo de la Merced de 1740 con el actual de 1908, la bicentenario y esfumada Chacra de Los Barriales con la centenario Casa de Las Bóvedas, el cabildo mediante fragmentos de su piso con el Museo del Área Fundacional.

Un cuarto ejercicio intelectual orientado a la gestión de los RTS consistió en agruparlos según sus fortalezas y debilidades en términos de conversión y comunicación. Resultaron dos grupos nutridos: uno con recursos valiosos que están suficientemente desarrollados y reconocidos y otro con recursos menos relevantes que requieren acciones de conversión y comunicación. En suma, el turismo sanmartiniano en Mendoza se apoya dilatadamente en sus principales recursos, que extendidamente cuentan con medios para su interpretación, pero puede aprovechar un número de recursos secundarios mediante instrumentos de conversión pertinentes. A tales efectos, en un quinto ejercicio se identificaron los RTS que requieren relatos e/o instalaciones. Por cierto, la proposición de actividades equivale a una intervención que no es necesaria a los efectos de una conversión de mínima, pero altamente recomendable a fin de sumar atractivo a los recursos.

Queda para futuras investigaciones, especialmente para un diagnóstico integral del turismo sanmartiniano, la valoración de: productos comerciales (ej.: paquetes, excursiones y tours) y combinaciones no comerciales (propuestas para el turista independiente); acciones promocionales y publicitarias; y respuestas de los visitantes. *A priori* es posible adelantar que, amén de las ocasionales expediciones para cruzar la cordillera replicando al Ejército de Los Andes y ofrecidas por agencias de turismo receptivo, no abundan productos ni combinaciones basadas en este magnífico recurso. Luego, no hay oferta para comunicar ni demanda para cuantificar. Sirvan estas reflexiones como disparadores para gobernantes y empresarios que buscan diversificar la oferta, cualificar la demanda, generar empleo... y rendir homenaje.

Asimismo, sea este análisis un complemento y diagnóstico para fundamentar gestiones conducentes a la declaración de las Rutas Sanmartinianas como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.

Bibliografía

- Andrade, Carlos Javier; Biott, Juan Manuel y Ferrari, Silvia. 2020. "Análisis y evaluación de la pesca deportiva como atractivo turístico en el noroeste de Santa Cruz". *UNPA*, 12(4): pp. 1-16.
- Banco Mundial. 2020a. Turismo internacional, número de arribos. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.ARVL>
- Banco Mundial. 2020b. Turismo internacional, recibos. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.RCPT.CD>
- Boullón, Roberto. 1991 (1985). *Planificación del espacio turístico*, Trillas: México.
- Camara, Charles Jean y Morcate Labrada, Flora de los Ángeles. 2014. "Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France". *Arquitectura y Urbanismo*, XXXV(1): pp. 48-67.
- Campos Sánchez, Shirley Tatiana; Cuétara-Sánchez, Leonardo Manuel y Plaza-Macías, Nila. 2020. "Recursos naturales y culturales como factor de desarrollo local turístico de la provincia de Manabí". *Polo del Conocimiento*, 5(7): pp. 487-519
- Cárdenas Tabares, Fabio. 1996 (1991). *Proyecto turísticos. Localización e inversión*, Trillas: México.
- Cartuche, David; Romero, Juleysi y Romero, Yajaira. 2018. "Evaluación multicriterio de los recursos turísticos en la Parroquia Uzcurrumi, Canton Pasaje, Provincia de El Oro". *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(2): pp. 102-113. Carvajal Zambrano, Gema Viviana y Lemoine Quintero, Frank Angel. 2018. "Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente". *El Periplo Sustentable*, 34: 164-168.
- Cepeda Ortega, Jesús. 2018 "Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación". *Tabanque*, 31: pp. 244-262.
- Cicalese, Gabriela R. 2003 (2000). *Teoría de la Comunicación. Herramientas para descifrar la comunicación humana*, Buenos Aires: La Crujía-Stella.
- Duis, Urte. 2018. "Apuntes para la construcción del turismo cultural a partir del análisis de la oferta cultural-patrimonial y su demanda por el sector turístico del Quindío". *Turismo y Sociedad*, 22: pp. 125-149.
- Herrera, Giovanni; Crespo, Guido; Zambrano, Danny y Cadena, Pamela. 2014. "Turismo y gestión: Una propuesta metodológica para la valoración y sistematización de atractivos turísticos en el cantón Rumiñahui". *Retos*, 8(1): pp. 125-142.
- Lavín, José; Martínez-Bonilla, Carlos; Medina-Guerra, Franklin y Viteri-Torres, Walter. 2017. "Diferencias entre el perfil del turista cultural y el turista religioso. La festividad del Señor del Terremoto en Patate". *Methaodos*, 5(1): pp. 142-154.
- Lazo Serrano, Carmen Arlene; Bastidas Andrade, Maria Isabel; Aguilar González, Freddy Ernesto y Calle, Iñiguez, Melissa Paulina. 2017. "La potencialidad turística y sus oportunidades de emprendimientos. Caso Pasaje". *Innova Research Journal*, 2(8.1): pp. 1-21.
- Mallor, Elodie; González-Gallarza Granizo, Martina y Fayos Gardó, Teresa. 2013. "¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español". *Pasos*, 11(2): pp. 269-284.
- Mendoza-Loyo, Octavio Iván; Bellato-Gil, Patricia Lisset; Aquirre-Morales, Fabiola y Castillo-Bianco, José Said. 2018. "Análisis de la oferta turística primordial del municipio de Cuichapa, Veracruz". *Revista de Desarrollo Económico*, 5(16): pp.10-20.
- Morales Blanco, Adriana. 2021. "Evaluación de los recursos turísticos en Canasí". *Explorador Digital*, 5(1): pp. 81-102.
- Morére Molinero, Nuria y Perelló Oliver, Salvador. 2013. *Turismo cultural. Patrimonio, museos y empleabilidad*, Madrid: Escuela de Organización Industrial. Recuperado de file:///D:/Usuarios/Diego%20PC/Downloads/EOI_TurismoCultural_2013.pdf
- Navarro, Diego. 2015. "Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración". *Cuadernos de Turismo*, 35: pp. 337-357. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Román Santamaría, Gabriela Estefanía; Zurita Vintimilla, Mónica Cecilia; Fonseca Romero, Danny Daniel y Quevedo Báez, Luis Alberto. 2017. "La Potencialidad Turística en los Proyectos de Turismo Rural Comunitario". *European Scientific Journal*, 13(20): pp. 219-240.

- Sánchez Martín, José Manuel; Sánchez Rivero, Marcelino y Rengifo Gallego, Juan Ignacio. 2013. “La evaluación del potencial para el desarrollo del turismo rural. Aplicación metodológica sobre la provincia de Cáceres”. *GeoFocus*, 13(1): pp. 99-130.
- Sanchez Ruiz, Jefferson; Silva Silva, Jhonana y Pardo Villalta, Yomar. 2021. “Evaluación Multicriterio de los atractivos turísticos de la parroquia Jimbura, Cantón Amaluza, Loja-Ecuador 2020”. *Journal of Business and Entrepreneurial Studies*, 5(2): pp. 85-101.
- Sánchez Segrera, José R. 2015. *Impacto turístico, cultural e histórico del circuito turístico ecológico bolivariano Colombia–Venezuela* (tesis doctoral). Universidad de Salamanca, Salamanca, España.
- Santana Talavera, Agustín. 2003. “Turismo cultural, culturas turísticas”. *Horizontes antropológicos*, 9(20): pp. 31-57.
- Santana Talavera, Agustín. 2008. “El turismo cultural ¿Un negocio responsable?”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 17: pp. 272-294.
- Soro, Elsa y González, Yadur. 2018. *Patrimonio cultural y turismo: oportunidades y desafíos de la valorización turística del patrimonio*. Barcelona y Madrid: Centro de Investigación, Divulgación e Innovación Turística de Ostelea. Recuperado de http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_patrimonio_ostelea18.pdf
- Statista. 2020a. Turismo internacional por motivos culturales en España 2015-2018. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/508224/turistas-internacionales-por-motivos-culturales-en-espana/>
- Statista. 2020b. Turismo internacional por motivos culturales en España 2015-2018. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/511538/gasto-total-de-turistas-internacionales-en-viajes-culturales-en-espana/>
- Sutty Segovia, Hernán Isidro y Cruz Cardentey, Francisco. 2018. “Luque: potencialidades y perspectivas para el desarrollo del turismo cultural”. *ACADEMO*, 5(1): pp. 3-12.
- Toselli, Claudia. 2003. *Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina* (comunicación), Universidad del Salvador, Buenos Aires, Argentina.
- Toselli, Claudia. 2019. “Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina”. *Pasos*, 17(2): pp. 343-361.
- UNESCO. 2011. Patrimonio Cultural. United Nations for Education, Science and Culture. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228347>
- Vanegas, Juan Gabriel; Restrepo, Jorge Aníbal; Arango, Andrea Isabel; Henao, Andrea Catalina y Ortiz Mazo, Elizabeth. 2017. “Evaluación multicriterio e inventario de atractivos turísticos: Estudio de caso”. *Espacios*, 38(25): pp. s/p.
- Vázquez Martínez, Gustavo Adolfo y Vázquez Solís, Valente. 2017. “Evaluación de recursos naturales y culturales para la creación de un corredor turístico en el altiplano de San Luís, México”. *Investigaciones Geográficas*, 94: pp. 91-105.

Notas

- ¹ A fin de dimensionar el fenómeno, se puede ejemplificar el caso español: 12.598.000 turistas extranjeros viajaron a España en 2018 por motivos culturales (Statista, 2020a) sobre 82.773.000 arribos foráneos totales (Banco Mundial, 2020a); es decir, un 15.22%. Esos turistas gastaron 13.341 millones de euros (Statista, 2020b) sobre 68.838 millones de euros o 81.250 millones de dólares norteamericanos (Banco Mundial, 2020b); esto es, un 16.42% de los recibos.
- ² Uno de 2013, dos de 2014, cuatro de 2017, cuatro de 2018, uno de 2019, dos de 2020 y dos de 2021.
- ³ Versiones extendidas se encuentran en Boullón, 1991 y en Cárdenas Tabares, 1996.
- ⁴ Estado de conservación del entorno; difusión; promoción; participación comunitaria; capacidad de integración entre territorios cercanos; contribución al desarrollo local; red hidrográfica; altimetría; vías pecuarias; biodiversidad; complementos; flora; confort térmico relativo; rutas senderistas publicadas; período de visitas óptimo; administrado (privado, localidad, gobierno).

Recibido: 24/04/2021
Reenviado: 11/10/2021
Aceptado: 02/11/2021
Sometido a evaluación por pares anónimos