

## Capítulo II

### Análisis de la producción del turismo cultural<sup>1</sup>

Como se mencionó en la metodología, dentro de las principales motivaciones que inspiran al turista a visitar Villavicencio se encuentran: en primer lugar, todas las expresiones culturales; en segundo lugar, el joropo, y, en tercer lugar, la gastronomía.

Por esta razón se procede a indagar sobre las condiciones sociales y laborales de quienes desarrollan estos productos turísticos, considerados “activos” según lo dispuesto por la Organización Mundial del Turismo y la Comisión Europea de Turismo, así: “El desarrollo de productos turísticos es un proceso de reconfiguración de los activos de un destino determinado para responder a las necesidades de clientes nacionales e internacionales” (p. 4).

En este capítulo se abordarán temas asociados a la producción del turismo cultural, en particular, las condiciones sociales y laborales de quienes conforman la oferta del joropo y la gastronomía.

#### 2.1 INTRODUCCIÓN

Uno de los problemas del mundo contemporáneo, al menos en términos de mercadeo, consiste en identificar estrategias que permitan posicionar sitios emergentes para convertirlos en destinos turísticos consolidados. De tal manera que, al fijarlos en el imaginario colectivo, el siguiente paso es preparar la infraestructura y los servicios para hacer del turismo una fuente de ingresos como alternativa efectiva que contribuya al desarrollo humano.

---

1 En este capítulo participó el magíster en Economía, Manuel Álvaro Ramírez.

Aunque dependa de las condiciones económicas de un país, puede resultar un tanto complicado lograr la articulación de estos elementos; algunos han implementado de manera efectiva estrategias cuyos resultados son considerados ejemplos exitosos, no solo turística sino económicamente. Tal es el caso de Turquía, país que cuenta con un vecindario caracterizado por guerras y desórdenes sociales; pese a esto, presenta avances significativos, tal como lo expresa Jeffrey Sachs:

El auge de Turquía no tiene nada de llamativo, no se basa en burbujas o hallazgos de recursos. De hecho, Turquía no tiene reservas de gas y petróleo como las de sus vecinos, pero esta carencia la compensa con la competitividad de su industria y sus servicios. El turismo por sí solo atrajo a más de 36 millones de visitantes en 2012, lo que convierte a Turquía en uno de los principales destinos turísticos del mundo. (Sachs, 2013)

Esta descripción ilustra sobre la forma como el turismo ha incidido en el éxito económico de aquel país en los últimos años. Sachs (2013) expresa que dicho éxito ha sido el producto de unas políticas dirigidas a convertir a este país no solo en destino turístico, sino en un espacio donde las condiciones generales de vida correspondan a las posibilidades presentes en el siglo XXI, si los recursos se utilizan adecuadamente. Así lo señala el autor en el artículo:

Para ver la fortaleza de estas bases, basta una breve estadía en Ankara. El aeropuerto, las autopistas y otras infraestructuras son de primer nivel; una red ferroviaria interurbana de alta velocidad conecta a Ankara con otras partes del país. Gran parte de la ingeniería avanzada es desarrollo local. Las empresas de construcción turcas son competitivas internacionalmente y ganan cada vez más licitaciones en Oriente Próximo y África. (Sachs, 2013)

Aunque se trata de un ejemplo, mas no de una comparación, considerando que el imperio turco tiene más de mil años de historia, se trae a colación porque este éxito ha sido el resultado de una planeación con un horizonte de largo plazo. En este sentido, la planificación turística cobra importancia, pues debe garantizar una correcta dinamización de la actividad turística y un desarrollo territorial basado en criterios sostenibles.

De este modo, según la Organización Mundial del Turismo, “los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo” (OMT, 2013).

En efecto, aunque Villavicencio recientemente se ha convertido en un destino turístico interesante, es necesario señalar que lograr su posicionamiento como un destino consolidado no es tarea fácil, “ni siquiera a nivel nacional habida cuenta de las limitaciones en lo relacionado con la movilidad, las posibilidades de acceso y la ausencia de cultura de servicio al cliente, entre otras” (Otero, Giraldo y Ramírez, 2013, p. 21).

Empero, vale la pena rescatar que la ciudad y por ende el departamento del Meta tienen grandes potencialidades, y que de administrarse adecuadamente y pensadas a largo plazo traerán grandes beneficios a la región. Claro está, los beneficios deben derivarse del uso apropiado de los recursos turísticos junto con políticas incluyentes que vinculen a los residentes de Villavicencio en la construcción de la ciudad que desean para ellos y para los turistas. Esto se logra escuchando las iniciativas de grupos minoritarios, capacitando a la población no solamente en las áreas relacionadas con el turismo cultural, sino con las actividades conexas como la guianza, transporte público y atención al turista, entre otras.

Adicionalmente, los gobiernos locales deben destinar recursos orientados a la preservación del patrimonio cultural tangible e intangible. En este sentido, es imperante el diseño e implementación de campañas tendientes a sensibilizar tanto a turistas como a residentes sobre prácticas responsables en materia de valoración del patrimonio.

Un ejemplo que evidencia la articulación de los elementos anteriores, haciendo uso del desarrollo sostenible, es el proyecto apoyado por el Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) dirigido a la construcción de la planta potabilizadora de agua de Villa Darién en Panamá:

Se apoyó la inversión en el área turística potenciando de este modo el desarrollo de actividades de ecoturismo y turismo cultural incluyendo en este programa a las comunidades indígenas. También se preparó a la población para aprovechar los ingresos que pueden derivarse de esta actividad económica. (PNUD, 2013)

Para alcanzar este logro, participaron como financiadores el Gobierno de Panamá y el Banco Interamericano de Desarrollo, con el fin de alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio, en lo concerniente a erradicar la pobreza extrema y el hambre, garantizando la sostenibilidad del medio ambiente.

Lo anterior representa una visión del turismo como un sistema donde se vincula a los residentes del destino, quienes se benefician de las iniciativas adelantadas por instituciones gubernamentales y no gubernamentales, todos alrededor de una mejora en el abastecimiento de servicios básicos, que para el caso es el agua potable y el saneamiento. En Villavicencio, lo mismo se podría hacer con la infraestructura de carreteras, salud y educación, de tal manera que los villavicenses puedan ampliar las posibilidades, en aras de alcanzar el desarrollo humano, teniendo en cuenta que:

El desarrollo humano es mucho más que el crecimiento o caída de los ingresos de una nación. Busca garantizar el ambiente necesario para que las personas y los grupos humanos puedan desarrollar sus potencialidades y así llevar una vida creativa y productiva conforme con sus necesidades e intereses (PNUD, 2014).

En este sentido, se debe señalar que los indicadores de desarrollo humano muestran la necesidad de diversificar las opciones en el departamento del Meta, pues la evolución de su desempeño está por debajo de lo presentado a nivel nacional, como puede verse en la tabla 1.

**Tabla 1.** Evolución del índice de desarrollo humano del departamento del Meta

ÁREA	AÑO										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nacional	0,78	0,78	0,78	0,79	0,80	0,80	0,80	0,81	0,83	0,83	0,84
Meta	0,77	0,77	0,77	0,78	0,78	0,78	0,78	0,80	0,80	0,81	0,82

Fuente: PNUD. Informe 2011.

La tabla anterior permite inferir que, aunque a nivel nacional se ha presentado un crecimiento lento, registra una tendencia sostenida creciente, un poco más dinámica de la que muestra el departamento del Meta. A este respecto se debe señalar que si bien el comparativo tiene problemas en los sesgos que a nivel nacional se presentan por las regiones más desarrolladas como las capitales de departamento, que tienden a arrastrar el indicador hacia arriba, es contrarrestado en parte por las condiciones que se registran en regiones como el Pacífico, los antiguos territorios nacionales y algunos municipios de la costa Atlántica. En este caso, también el Meta presenta, guardadas las proporciones, el mismo efecto, como se presenta en la tabla 2.

**Tabla 2.** Departamento del Meta: necesidades básicas insatisfechas por municipios

MUNICIPIO	CABECERA	RESTO	TOTAL
Villavicencio	16,10	32,23	17,07
Restrepo	14,29	23,98	17,54
Guamal	17,59	23,44	19,42
El Calvario	28,16	16,34	20,19
Acacías	21,59	28,42	22,68
Cumaral	21,20	27,43	23,30
Castilla La Nueva	17,02	28,76	23,42
San Martín	25,63	35,74	26,99
Granada	25,18	38,10	27,63
San Juanito	29,06	30,10	29,75
Barranca de Upía	38,21	45,05	40,21
El Castillo	35,17	44,25	41,35
Cabuyaro	42,29	45,21	44,00
Uribe	44,93	52,75	50,47
Vista Hermosa	44,12	65,08	53,86
Puerto Lleras	41,36	67,55	59,84
Puerto Gaitán	40,05	83,37	65,47

Fuente: DANE, con base en censo de 2005 actualizadas a junio de 2011.

Es importante hacer varias anotaciones. En primer lugar, los municipios de Mapiripán, Mesetas, La Macarena, Puerto Concordia y Puerto Rico se eliminaron porque según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) se asignó el máximo valor de NBI (100 %) por no contar con información suficiente para su estimación (DANE, 2013). En segundo lugar, se eliminaron también los municipios

con NBI entre 30 y 40 %; además, se ordenaron de menor a mayor frente al indicador total correspondiente a la tercera columna de la tabla y que representa el promedio ponderado de la población sin distinguir entre cabecera y resto de municipios; además, se dejaron los extremos para contrastar los desafíos obtenidos en términos de desarrollo y, como el turismo es un renglón importante, según lo establecido en las denominadas apuestas productivas, conviene dimensionar la magnitud del reto que se tiene por delante. Como puede verse, en el Meta hay un rango de municipios que van desde los que tienen cubiertas casi todas sus necesidades, como Villavicencio, Restrepo, Guamal, Acacias, Cumaral y Castilla La Nueva, hasta otros como La Uribe, Vista Hermosa, Puerto Lleras y Puerto Gaitán donde, en términos de necesidades básicas, está todo por hacer. A eso debe apuntarle no solo el turismo sino todos los renglones de la economía y las políticas de Estado.

## 2.2 RESULTADOS

### 2.2.1 Las condiciones del sector turismo en Villavicencio

Aunque en Villavicencio el turismo es una actividad a la que se le atribuye un nivel de importancia, en realidad, la ciudad carece de elementos para otorgarle el calificativo de gran destino. No obstante, resulta posible posicionarla como destino turístico cultural. Es necesario entonces comenzar por identificar las condiciones de trabajo del factor humano. Para este efecto, se realizaron entrevistas a 22 trabajadores del sector turístico que, en el contexto del presente trabajo, corresponden a asadores de restaurantes de comida llanera, directores de academias de baile del joropo, bailadores, músicos y sastres. Estos últimos se incluyeron pues son los encargados de elaborar la indumentaria típica del joropo. La tabla 3 ilustra la composición de la muestra seleccionada.

**Tabla 3.** Composición de la muestra por tipo de ocupación

TIPO DE TRABAJO	CANTIDAD	PARTICIPACIÓN
<b>MUJERES</b>	<b>9</b>	<b>40,9 %</b>
Administrador	5	22,7 %
Bailador	2	9,1 %
Modista	2	9,1 %
<b>HOMBRES</b>	<b>13</b>	<b>59,1 %</b>
Administrador	2	9,1 %
Asador	5	22,7 %
Bailador	2	9,1 %
Instructor de baile	2	9,1 %
Músico	2	9,1 %
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Grupo de investigación Holos (2013).

En la tabla 3 se observa que la mayor parte de los trabajadores está compuesta por hombres, entre los que se destacan los asadores de carne; en ellos el rango de actividades es un poco más amplio que el de las mujeres, quienes son contratadas principalmente como administradoras. La única ocupación compartida es la categoría denominada bailadores.

Las mujeres aparentemente tienen ocupaciones menos diversificadas, esto en parte obedece a que los principales atractivos del turismo cultural son la carne a la llanera y el joropo, actividades que tradicionalmente han sido desarrolladas por hombres, pues no es usual que una mujer realice funciones de asadora de carne. Además, en la parte instrumental del joropo se observa una presencia mayoritaria de hombres, quienes interpretan los instrumentos tradicionales de la región. Sin embargo, en el canto y la danza participan tanto hombres como mujeres.

Llama la atención que, en las actividades relacionadas con el turismo cultural, la vinculación laboral en la mayoría de casos se hace de manera informal y, en una menor proporción, a través de contratos indefinidos o a término fijo; la contratación a término fijo cubre aproximadamente a uno de cada cinco trabajadores entre hombres y mujeres, como puede verse en la tabla 4.

**Tabla 4.** Trabajadores según forma de vinculación

TIPO DE CONTRATO	CANTIDAD	PARTICIPACIÓN
<b>MUJERES</b>	<b>9</b>	<b>40,90%</b>
Contrato de hora	2	9,10%
Independiente	3	13,60%
Término fijo	2	9,10%
Término indefinido	2	9,10%
<b>HOMBRES</b>	<b>13</b>	<b>59,10%</b>
Contrato de hora	2	9,10%
Independiente	4	18,20%
Término fijo	3	13,60%
Término indefinido	4	18,20%
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Grupo de Investigación Holos (2013).

De los datos de la tabla anterior puede inferirse que la mayoría de los trabajadores son independientes y que los contratos por horas son una modalidad que empieza a perfilarse como alternativa, muy probablemente en los restaurantes donde se requiere personal en las llamadas horas pico (las de mayor congestión), es decir, las horas del almuerzo.

Por otro lado, los contratos a término fijo constituyen una práctica frecuente en este renglón de la economía, lo que sugiere que hay campos en los cuales deberían enfocarse las políticas hacia el sector desde el punto de vista del desarrollo humano,

comenzando por ofrecer condiciones dignas en los contratos de trabajo. Esto porque en Colombia se ha popularizado la depauperación de las condiciones laborales, especialmente después de la expedición de la Ley 789 de 2002, que faculta a las empresas para contratar personal por horas y permite otras formas de vinculación que trasladan a los trabajadores los costos de la seguridad social y reducen la remuneración de los asalariados.

Por otro lado, el turismo ocupa mano de obra de diversos grados de calificación, según se observa en la tabla 5.

**Tabla 5.** Número de trabajadores según nivel educativo

NIVEL DE ESCOLARIDAD	CANTIDAD	%
<b>MUJERES</b>	<b>9</b>	<b>40,90%</b>
Estudiante universitario	2	9,10%
Primaria completa	1	4,50%
Profesional	2	9,10%
Secundaria completa	1	4,50%
Técnico SENA	2	9,10%
Tecnología completa	1	4,50%
<b>HOMBRES</b>	<b>13</b>	<b>59,10%</b>
Bachiller técnico	2	9,10%
Estudiante universitario	2	9,10%
Primaria completa	2	9,10%
Profesional	2	9,10%
Secundaria completa	2	9,10%
Técnico SENA	1	4,50%
Tecnología completa	1	4,50%
Tecnología incompleta	1	4,50%
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Grupo de Investigación Holos (2013).

De la tabla anterior se deduce que predominan los trabajadores de ambos sexos con una calificación media con buena participación de técnicos, tecnólogos y estudiantes universitarios, aunque tampoco están ausentes los profesionales.

Sin embargo, conviene señalar que los técnicos del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) son bastante escasos a pesar de lo limitado de la muestra. Esto significa que el sector educativo, en la llamada media vocacional, el SENA y los institutos técnicos e incluso las universidades, tienen un campo interesante para reformular sus currículos y ofrecer alternativas para un sector que necesita ese tipo de mano de obra calificada.

Como extensión de lo anterior, la contratación en el sector turístico se caracteriza por la aplicación de la llamada flexibilización laboral, por la proporción de trabajadores que no tiene prestaciones, como puede verse en la tabla 6.

**Tabla 6.** Tipo de remuneración

FORMA DE REMUNERACIÓN	CANTIDAD	%
<b>MUJERES</b>	<b>9</b>	<b>40,9%</b>
Sin prestaciones	4	18,2%
Con prestaciones	5	22,7%
<b>HOMBRES</b>	<b>13</b>	<b>59,1%</b>
Sin prestaciones	7	31,8%
Con prestaciones	6	27,3%
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Grupo de Investigación Holos (2013).

Un aspecto importante frente a los ingresos es el grado de dispersión tan amplio que va desde \$120.000 hasta los \$5.000.000 mensuales que, desde los estimadores de tendencia central y los de dispersión, dificulta el análisis estadístico. Esta brecha se debe, según los entrevistados, a distintas situaciones. Para efectos de exponer los puntos de vista de los diferentes actores de la oferta turística, se menciona una de ellas. Por ejemplo, algunos coincidieron en afirmar que quienes obtienen ingresos superiores al millón de pesos forman parte de un círculo selecto de personas cercanas a mandatarios del orden municipal o regional, quienes asignan contratos que benefician a sus integrantes. De ser así, los gobernantes deberían implementar mecanismos que faciliten la divulgación de convocatorias o licitaciones a la comunidad artística, permitiendo la inclusión de quienes se sienten afectados. Asimismo, pudo establecerse que los asadores de carne obtienen ingresos superiores a un millón de pesos, es decir, más altos en comparación con los bailarines y los músicos, quienes no realizan presentaciones regularmente. Esta situación resulta contradictoria, pues los artistas requieren de horas adicionales para aprender, prepararse y ensayar antes de sus presentaciones, mientras al asador le basta con aprender la técnica una sola vez para hacer de ahí en adelante su oficio de modo repetitivo.

Otras actividades culturales tienen también su aporte en esta dispersión, las mujeres encargadas de confeccionar los trajes típicos lo hacen especialmente para eventos como los reinados —que se presentan a lo largo de todo el año—, por esto y en atención a lo vistoso de los trajes, sus ingresos pueden aproximarse a los \$3.000.000 mensuales en temporada alta.

Finalmente, están los administradores y a la vez propietarios de los asaderos de carne; estas personas, por su conocimiento de las expresiones culturales, también interpretan instrumentos o cantan, convirtiendo su talento en parte integral de la

oferta del establecimiento, de modo que administran, interpretan instrumentos, cantan y venden sus propias grabaciones a los turistas como recuerdo de su visita a Villavicencio. Estas personas desempeñan 4 o 5 actividades y son quienes reportan ingresos mensuales de aproximadamente \$1.500.000.

La anterior situación genera un problema para el análisis debido a la presencia de los trabajadores independientes, pues generalmente no tienen prestaciones. No obstante, si se comparan estos resultados con los de la tabla 4, es mucho mayor el número de trabajadores que declaran no tener prestaciones frente a los registrados como independientes. Esto confirma lo ya planteado: es mucho lo que queda por hacer para mejorar las condiciones laborales. Aunque curiosamente, y contra todo lo que pudiera tenerse como premisa en lo relacionado con las remuneraciones, sorprenden las respuestas sobre el nivel de satisfacción de los trabajadores respecto a sus salarios.

En efecto, la tabla 7 presenta la percepción de los empleados frente a la forma de remuneración, es decir, si la prefieren con o sin prestaciones. Esto permite de alguna manera medir su grado de satisfacción.

**Tabla 7.** Percepción de los trabajadores respecto a la forma de pago

PERCEPCIÓN	CANTIDAD	%
<b>MUJERES</b>	<b>9</b>	<b>40,90%</b>
Adecuado	8	36,40%
Mejor con prestaciones	1	4,50%
<b>HOMBRES</b>	<b>13</b>	<b>59,10%</b>
Adecuado	10	45,50%
Mejor con prestaciones	2	9,10%
Mejor sin prestaciones porque el salario es mayor	1	4,50%
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Grupo de investigación Holos (2013).

Como puede verse, una alta proporción de empleados considera que la forma como actualmente se les paga es adecuada; en este sentido, los hombres aparentemente están más conformes y explícitamente hay quienes manifiestan que la remuneración sin prestaciones es mejor porque el salario es mayor: así evitan los descuentos. Esto significa que los trabajadores prefieren el llamado salario integral, pese a que esta figura inicialmente fue dictada en la Ley 50 de 1990 (art. 18) solamente para quienes devengarán más de diez salarios mínimos.

Lo anterior se confirma con la información de la siguiente tabla, que registra la respuesta a si los trabajadores consideran justa o no su remuneración y en la que se puede apreciar que, nuevamente, los hombres son los que están más conformes.

**Tabla 8.** Percepción de los trabajadores sobre el monto de su salario

PERCEPCIÓN	CANTIDAD	%
<b>MUJERES</b>	<b>9</b>	<b>40,9%</b>
Injusta	2	9,1%
Justa	7	31,8%
<b>HOMBRES</b>	<b>13</b>	<b>59,1%</b>
Injusta	3	13,6%
Justa	10	45,5%
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Grupo de investigación Holos (2013).

La tabla 8 permite inferir la conformidad reinante entre los trabajadores del sector y desde ya surge la necesidad de ampliar la muestra para corroborar esta información, puesto que en el ambiente general se percibe mucha informalidad y condiciones de trabajo deficientes. De igual manera, se hace necesario adecuar algunos espacios, pues quienes se dedican al baile del joropo realizan los ensayos en pisos de cerámica o cemento, cuando lo ideal es que lo hagan sobre pisos de madera para evitar lesiones físicas.

Una hipótesis es que este conformismo en parte se debe al gusto por la actividad que desarrollan asociada al apego cultural, pues se encontró el caso de un profesor y dueño de academia de baile que no cobra por su enseñanza (a niños y jóvenes), argumentando su preocupación por el futuro del joropo.

De todas formas, alrededor de un 10% de los trabajadores considera su remuneración injusta, pero este porcentaje estaría dentro del rango que pudiera considerarse normal (ver la tabla 9).

**Tabla 9.** Percepción general frente al trabajo

NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO	PARTICIPACIÓN
<b>MUJERES</b>	<b>9</b>	<b>40,90%</b>
Completamente satisfecho	9	40,90%
<b>HOMBRES</b>	<b>13</b>	<b>59,10%</b>
Cambiaría si pudiera	2	9,10%
Completamente satisfecho	10	45,50%
Insatisfecho	1	4,50%
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Grupo de Investigación Holos (2013).

Los datos anteriores muestran que las mujeres están conformes con sus ocupaciones actuales y se declaran completamente satisfechas. No así los hombres, de los cuales el 9,1 % de los casos cambiaría si pudiera y un 4,5 % se siente totalmente insatisfecho.

Que los trabajadores manifiesten un alto grado de satisfacción por sus condiciones de trabajo no tendría nada de raro, pero en un país con altos niveles de informalidad, aunados a los de desempleo —en el caso de Villavicencio es de 11,8% (DANE, 2013)—, hace pensar que la ciudad vive una realidad como la descrita por Aldous Huxley en su obra *Un mundo feliz* (publicada por primera vez en 1932), donde una sociedad férreamente estratificada funciona perfectamente y para curar los malestares momentáneos sufridos por razones ajenas al “sistema” se administra una dosis de “soma”, una especie de analgésico social que todo lo cura. En efecto, según la Gran Encuesta Integrada de Hogares, de marzo a mayo de 2013, la informalidad y la formalidad en los empleos en las trece grandes áreas metropolitanas se repartía en proporciones casi exactas entre formales e informales y en Villavicencio las proporciones eran de 38,4% para los primeros, y 61,6% para los segundos. Ahora bien, frente al caso del desempleo en el intervalo mayo-julio los porcentajes fueron de 10,7 para el ponderado de 23 ciudades y 10,6 para Villavicencio (DANE, 2013).

Empero, los resultados registran la opinión de las personas entrevistadas. No tiene el investigador por qué poner en tela de juicio la evidencia empírica, pero sí es su obligación llamar la atención sobre una situación que si bien no es anómala, merece ser estudiada con mayor detalle. Donde sí alcanza a percibirse cierto grado de inseguridad es en lo relacionado con la estabilidad laboral, aunque las respuestas son en general positivas, también muestran cierto grado de incertidumbre hacia el futuro. La tabla 10 ilustra este punto.

**Tabla 10.** Percepción sobre la estabilidad laboral

PERCEPCIÓN	CANTIDAD	PARTICIPACIÓN
<b>MUJERES</b>	<b>9</b>	<b>40,9 %</b>
Bien	6	27,3 %
Excelente	1	4,5 %
Insegura	1	4,5 %
Regular	1	4,5 %
<b>HOMBRES</b>	<b>13</b>	<b>59,1 %</b>
Bien	8	36,4 %
Excelente	1	4,5 %
Inseguro	3	13,6 %
Regular	1	4,5 %
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>100,0 %</b>

Fuente: Grupo de investigación Holos (2013).

En términos generales, los trabajadores del sector turístico sienten cierta estabilidad en sus trabajos, lo que no implica plena satisfacción, pues si bien a un 4,5% de hombres y mujeres les parece excelente su estabilidad, por lo general simplemente manifiestan

que se sienten bien. No obstante, hay también una significativa proporción cuyas percepciones se distribuyen entre regular e inseguro, y son los hombres quienes muestran los mayores temores.

Bajo esta mirada, el turismo cultural requiere de un análisis que profundice sobre el apego por la cultura, la cual adquiere un valor intrínseco o de existencia, en tanto es el fundamento de muchos valores sociales que pueden convertirse en el legado a futuras generaciones, imprimiendo un carácter de singularidad por la preservación y apreciación de la dimensión cultural. Esta apreciación no puede obtenerse mediante la implementación de encuestas con preguntas cerradas; por el contrario, es necesario permitirle a cada actor que exprese sus realidades y expectativas frente a la actividad desempeñada.

Además, las políticas en materia de inclusión deben mejorar, así como las condiciones laborales de quienes hacen posible la preservación de la cultura llanera, tal como se expone en las perspectivas del turismo cultural respecto a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), que se cita a continuación:

La participación de los locales en los proyectos turísticos les brinda la oportunidad de verse beneficiados de las actividades no sólo en el aspecto económico, sino también al nivel de sensibilización y valoración de su propia cultura, de reafirmación de su sentido de pertenencia y de desarrollo de la participación social. Esta participación les permite, además de mejorar eventualmente sus niveles de ingreso, ser coautores en el diseño de la imagen y del desarrollo que desean para su territorio. (Boucher, s. f.)

Por otra parte, las condiciones generales de vida son también importantes. Se analizará primero la composición familiar, a partir del estado civil y el número de hijos, y luego la tenencia de la vivienda, considerada una variable proxy de bienestar, en la medida en que esta información permite analizar la tenencia de activos fijos de las familias. En tal sentido, la tabla 11 presenta la información sobre la situación familiar de los encuestados en relación con su estado civil y el número de hijos.

Según la información de la tabla siguiente, predominan las mujeres casadas en el caso de las trabajadoras, mientras en los hombres la proporción es mayor entre los solteros. En el primer caso el 22,7 % de los trabajadores corresponde a mujeres casadas, frente al 31,8 % de los hombres solteros. Asimismo, hay también un porcentaje considerable de madres solteras que representan el 9,1 % de la muestra y una proporción menor, el 9 %, de mujeres separadas.

**Tabla 11.** Estado civil de los trabajadores turísticos y número de hijos

SITUACIÓN	CANTIDAD	%
<b>MUJERES</b>	<b>9</b>	<b>40,9 %</b>
Casadas	5	22,7 %
Con 2 hijos mayores	2	9,1 %
Con 3 hijos mayores	1	4,5 %
Sin hijos	2	9,1 %
Separadas	1	4,5 %
Con 1 hijo menor	1	4,5 %
Solteras	2	9,1 %
Núm. hijos (uno cada una)	2	9,1 %
Unión libre	1	4,5 %
Con 1 hijo menor	1	4,5 %
<b>HOMBRES</b>	<b>13</b>	<b>59,1 %</b>
Casados	4	18,2 %
Con 1 hijo mayor	1	4,5 %
Con 1 hijo menor	1	4,5 %
Con 2 hijos menores	1	4,5 %
Con 3 hijos menores	1	4,5 %
Solteros	7	31,8 %
Con 1 hijo menor	1	4,5 %
Sin hijos	6	27,3 %
Unión libre	2	9,1 %
Con 3 hijos menores	1	4,5 %
Sin hijos	1	4,5 %
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>100,0 %</b>

Fuente: Grupo de investigación Holos (2013).

Los datos anteriores corroboran lo planteado por Sen (2000): “las mujeres han dejado de ser receptoras pasivas de la ayuda destinada a mejorar su bienestar y son vistas, tanto por los hombres como por ellas mismas, como agentes activos de cambio” (p. 233).

Otra característica relevante desprendida de la información de la tabla 11 es que la cantidad de hijos oscila entre uno y dos; esto señala que la tendencia a tener pocos hijos se ha venido reforzando a través del tiempo, ya que la muestra incluyó personas de ambos sexos cuyas edades estaban en un rango de 17 a 50 años, con un promedio ponderado de 31 años.

Finalmente, sobre las condiciones de tenencia de vivienda, la información recopilada mostrada en la tabla 12 refleja el déficit habitacional de los trabajadores, más notorio en los hombres.

**Tabla 12.** Tipo de vivienda de los trabajadores del sector turístico.

HABITACIÓN	CANTIDAD	%
<b>MUJERES</b>	<b>9</b>	<b>40,9 %</b>
Casa en arriendo	2	9,1 %
Casa propia familiar	6	27,3 %
Donde un amigo o familiar	1	4,5 %
<b>HOMBRES</b>	<b>13</b>	<b>59,1 %</b>
Casa en arriendo	9	40,9 %
Casa propia familiar	4	18,2 %
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>100,0 %</b>

Fuente: Grupo de investigación Holos (2013).

Como puede verse, en el caso de las mujeres, la mayoría tiene casa propia, pero algunas viven en arriendo, donde un familiar o un amigo. En cambio, la mayoría de los hombres vive en arriendo, aunque también hay quienes cuentan con casa propia. Este es un indicador de calidad de vida, pese a la carencia de elementos sobre la calidad de la vivienda, y sirve como punto de partida para proponer acciones encaminadas a resolver el déficit habitacional que se presenta en Villavicencio, que se explica en parte por los altos costos alcanzados por la finca raíz en esta ciudad. Dicho en otros términos, la burbuja inmobiliaria vivida en Villavicencio es similar a la de otras ciudades en las que abundan los hidrocarburos, pues esta ciudad está afectada por lo que algunos economistas denominan “la maldición de los recursos naturales”.

En este sentido, el espejismo de riqueza hace que personas no relacionadas con la exploración y explotación del petróleo, como es el caso de los artistas llaneros, vean cada vez más alejadas las probabilidades de adquirir casa propia, pues, por un lado, están los bajos ingresos y, por el otro, el alto costo de las viviendas. Sobre este punto, se cita la siguiente reflexión:

En el caso del petróleo, si bien es una fuente considerable de recursos, y debe seguir siendo explorado, la excesiva dependencia del mismo puede ser nociva. La razón de este riesgo es que su extracción es intensiva en tecnología, no conecta estratos sociales, y está aislado geográficamente. (Echeverry, 2002, p. 22)

Este párrafo reclama la creación de riqueza partiendo de la conexión entre los distintos componentes sociales, geográficos y económicos. Las políticas públicas de Villavicencio y el Meta deben incluir mecanismos a favor de los más necesitados, principalmente si se tiene en cuenta que algunas de esas personas se encuentran vinculadas al turismo cultural.

## 2.3 CONCLUSIONES

Los trabajadores del turismo cultural de Villavicencio, en general, se muestran conformes con su oficio, lo que podría interpretarse como un buen sentido de pertenencia respecto al trabajo y a su cultura. Además puede afirmarse que las condiciones generales de vida de quienes laboran en el turismo son representantes típicos del trabajador promedio de Villavicencio en lo referente a sexo, edad, remuneración, estado civil y tenencia de vivienda, entre otras variables. Por lo anterior, puede decirse que los esfuerzos deben focalizarse en la capacitación de estos trabajadores, con el propósito de hacerles comprender que se trata de posicionar a la ciudad como un destino turístico atractivo. En términos sencillos, significa promocionar a Villavicencio con productos turísticos que vale la pena conocer, y para esto se requiere de la vinculación de todos los actores de la oferta, quienes son los artífices del desarrollo de productos turísticos.

