

Competitividad, gestión tecnológica e innovación

Redes de valor: Plaza de Bolívar (Bogotá) y Plaza de la Revolución (La Habana)

Autor: Kevin Daniel Hernández Torres

Resumen

Este artículo tiene como propósito hacer una comparación bajo criterios como la identificación, la descripción y el análisis de las diferentes redes de valor que componen a los principales actores participes dentro del sector turismo. Para ello se realizó el trabajo de campo en la plaza de Bolívar en Bogotá, Colombia (fase 1) y la plaza de la Revolución en La Habana, Cuba (fase 2). En la fase 1, se utilizó la observación como herramienta de recolección de datos para desarrollar las encuestas correspondientes a fin de ser aplicadas a los turistas extranjeros. En la fase 2, la herramienta de recolección de datos fue la observación, con esta información se logró crear un perfil del turista que visita la Plaza de la Revolución y así identificar diferentes actores que se tienen en cuenta para desarrollar la red de valor.

Como resultado final, se establecieron las redes de valor de la Plaza de Bolívar y la Plaza de la Revolución con los principales actores, donde el turista cultural tiene interacción en la visita a las Plazas. Se realizó un cuadro comparativo con los principales actores de cada red de valor y así determinar cuál tiene más relevancia entre la Plazas de Bolívar y la Plaza de la Revolución.

Palabras clave: turismo cultural, redes de valor, actores, Bogotá, La Habana.

Introducción

Según la Organización mundial de Turismo (OMT): “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.” (s. f., párr. 2).

Es así como se determina que el turismo es uno de los motores que cada día están impulsando al desarrollo de la economía mundial y el cual es importante para un país, ya que tiene como fin atraer el mayor número de turistas para aumentar los ingresos del país por este sector. Se identifica que hay varios tipos de turismo: cultural, religioso, de negocios, de salud y ecoturismo.

Según la *Política de Turismo Cultural. Del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2007) citado por* Barbosa Martha establece que,

El desarrollo del turismo cultural en Colombia tiene por objeto la sostenibilidad económica, la apropiación social del patrimonio cultural, y participación activa de las poblaciones locales en la construcción de lineamientos de planes, programas y proyectos de este tipo de turismo; además del conocimiento, comprensión y disfrute responsable en preservación y mantenimiento de las expresiones culturales y naturales y propende la puesta en valor del patrimonio nacional (2007, pp. 108-109).

Este trabajo se enfocará en el turismo cultural que está ligado a las costumbres, al uso de recursos medioambientales y socioculturales, a la gente, a los nativos, a lo arquitectónico y, en especial, a la historia que hay detrás de cada una de las variables que se toman en consideración cuando hablamos de esta corriente del turismo.

Existen diferentes actores que interactúan dentro de cada red de valor de los diferentes tipos de turismo, por lo tanto, el problema de esta investigación parte de la premisa: *No se tiene claridad*