



Desarrollo del Mindful Travel en Villa la Angostura

Docentes

**Charme Uriel y
Zaltzman Ilan**

BASCONCEL DAIRA
MELANIE
LU: 1101252

BAQUE LUCILA
KATJA
LU: 1102629

FERNANDEZ ASTRID
YASMINE
LU: 1103525

MIRENSKY IARA
LU: 1102424

PUSCH ORELLANA
FLORENCIA
LU: 1089700

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:	5
2.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.	5
2.2 PREGUNTAS ESPECÍFICAS.	5
2.3 HIPÓTESIS.	5
3. FUNDAMENTACIÓN	6
4. OBJETIVOS	6
4.1 OBJETIVO PRINCIPAL.	6
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	6
5. ESTADO DEL ARTE	7
6. DISEÑO METODOLÓGICO	9
6.1 REVISIÓN DOCUMENTAL.	9
6.2 LA ENCUESTA.	9
6.3 LA ENTREVISTA.	10
7. MARCO TEÓRICO	10
7.1 TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS.	11
7.2 PSICOLOGÍA SOCIAL.	12
7.3 MINDFULNESS.	13
7.4 TURISMO POST COVID-19 EN VILLA LA ANGOSTURA.	15
7.5 MINDFUL TRAVEL.	16
8. BIBLIOGRAFÍA	17
9. ANEXOS: ANEXO METODOLÓGICO	20
9.1 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.	20
9.1.1 CUESTIONARIO: Imagen 1.	20
9.1.2 ENTREVISTA A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN VLA	22
9.1.3 ENTREVISTA A FUNCIONARIOS PÚBLICOS DE LA SECRETARÍA DE TURISMO DE VLA	22
9.1.4 ENTREVISTA A PROFESIONALES DE MINDFUL TRAVEL DESTINATIONS	23
9.2 INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS	23
9.2.1 TABULACIÓN DE DATOS DEL CUESTIONARIO: Imagen 2.	23
9.2.2 TABULACIÓN DE RESULTADOS DE ENTREVISTA A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN VLA	24
9.2.3 TABULACIÓN DE RESULTADOS DE ENTREVISTA A FUNCIONARIOS PÚBLICOS DE LA SECRETARÍA DE TURISMO DE VLA	25

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades económicas que se ha visto afectada a nivel mundial por la aparición de la pandemia del Covid-19 a partir de marzo del 2020. Entre las múltiples consecuencias producidas por el coronavirus, se puede advertir un cambio en las preferencias de los turistas. Estos han comenzado a conferirle mayor importancia a la salud física, mental y bienestar emocional; incrementando así la demanda.

Al tener esto en cuenta, podría considerarse esperable que se haya producido un incremento en la demanda de experiencias y destinos turísticos vinculados al bienestar; cuya tendencia ya venía creciendo previamente al contexto de pandemia. Como es sabido el estrés¹ puede constituir la base de muchas de las enfermedades más prevalentes hoy en día si se activa con mayor frecuencia o se mantiene activo por períodos de tiempo prolongados. Esto se debe principalmente a que el cuerpo se agota por estar constantemente en estado de alarma. Como respuesta al aumento de esta demanda, surge el Mindful Travel o turismo consciente, el cual busca satisfacer las necesidades del consumidor turístico al centrarse en crear experiencias turísticas que faciliten el equilibrio entre el bienestar físico, la salud emocional y la paz espiritual de los viajeros.

Por otra parte, como consecuencia de la pandemia y de los cambios en las necesidades y preferencias de los viajeros; los destinos y prestadores turísticos, a medida que las restricciones sanitarias de circulación por el Covid-19 disminuyeron a nivel internacional, nacional y provincial, comenzaron a implementar nuevas disposiciones u optaron por transformar su imagen, a fin de adecuarse a las nuevas demandas y expectativas del consumidor turístico.

La presente investigación, desarrollada en el marco de una materia universitaria de la Licenciatura en Turismo y Hotelería, está orientada a definir y analizar esta nueva tendencia turística, denominada como Mindful Travel. Se abordará de manera explicativa las razones por las cuales la ciudad de Villa La Angostura tiene el potencial para el desarrollo de dicha tendencia, y por qué su aplicación contribuye a contrarrestar los efectos negativos producidos por el coronavirus en el territorio.

Para la realización de este estudio no solo se tendrán en cuenta las necesidades y expectativas de los viajeros, sino también las de la población local. Por lo cual se utilizará un enfoque cualitativo; dado que los autores consideran pertinente analizar una perspectiva humanista², es decir, que permita ampliar sobre la interpretación y punto de vista de los actores; pero también uno del tipo científicista³, ya que será necesaria la contrastación empírica y medición objetiva de fenómenos para ratificar o refutar la hipótesis de este trabajo.

¹ El estrés es el mecanismo biológico que tienen los seres humanos para reaccionar frente a las amenazas.

² Humanista hace referencia al enfoque cualitativo.

³ Científicista refiere al enfoque cuantitativo.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

A continuación, se planteará el problema de investigación a través de una pregunta principal y cuatro preguntas específicas:

2.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.

- ¿Por qué resultaría beneficioso para la ciudad de Villa la Angostura dirigir esfuerzos en desarrollar el Mindful Travel para reactivar el turismo luego de la aparición del Covid-19 a partir del año 2021?

2.2 PREGUNTAS ESPECÍFICAS.

- ¿Cuál fue la evolución conceptual y de las prácticas asociadas al Mindful Travel?
¿Cómo se caracteriza?
- ¿Cómo se caracteriza el turista que elige esta modalidad?
- ¿Cuáles son las diferencias sustanciales entre las tendencias Slow Travel y Mindful Travel?
- ¿A qué segmentos turísticos dirigió sus esfuerzos la ciudad de Villa La Angostura en la última década?

2.3 HIPÓTESIS.

Teniendo en cuenta las preguntas de investigación, las hipótesis se plantean de la siguiente manera:

- *“Villa La Angostura es un destino propicio para desarrollar el Mindful Travel”.*
- *“La implementación del Mindful Travel puede elevar la calidad ⁴del destino turístico de Villa La Angostura y contrarrestar los efectos negativos producidos por la pandemia del Covid-19 en el territorio”.*
- *“El desarrollo del Mindful Travel contribuye a ampliar el enfoque sobre los segmentos turísticos preexistentes en el territorio y por ende también, a la oferta turística del destino”.*

⁴ Se hace referencia al concepto de calidad, entendida por la OMT (1993) como “el resultado de un proceso que implica satisfacción de todas las necesidades, exigencias y experiencias legítimas de los consumidores respecto de los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad a las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural”.

3. FUNDAMENTACIÓN

Se ha optado por abordar como tema de investigación el desarrollo del Mindful Travel en la ciudad de Villa La Angostura, ya que se cree que en una época en la que el mundo se encuentra cambiando constantemente, gracias a la globalización y el avance de la tecnología, es muy importante que las personas hagan un espacio en sus vidas para buscar una forma de combatir el estrés y la ansiedad. Para que de esta manera puedan reconocerse y aprender a regular sus emociones, pensamientos y acciones, para así desarrollar un sentimiento de bienestar y un estado de positividad, serenidad y claridad.

Los resultados del estudio pretenden contribuir al incremento del turismo, específicamente en la ciudad de Villa La Angostura, para contrarrestar los efectos producidos en la industria por la pandemia del Covid-19. Asimismo, el aporte del trabajo es doble. En primera instancia, empírico ya que es de interés observar los recursos que posee Villa La Angostura para la implementación del Mindful Travel. Por otra parte, también es teórico, ya que esta modalidad no se ha estudiado en profundidad en Argentina, por lo tanto, no hay documentos consolidados sobre el concepto y su aplicación a un destino determinado.

4. OBJETIVOS

El presente trabajo posee un objetivo principal y cuatro objetivos específicos. Se mencionan a continuación:

4.1 OBJETIVO PRINCIPAL.

- Analizar los beneficios para la ciudad de Villa La Angostura de dirigir esfuerzos en desarrollar el Mindful Travel para reactivar el turismo luego de la aparición del Covid-19 a partir del año 2021.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Estudiar la evolución conceptual y prácticas asociadas al Mindful Travel.
- Establecer las características del Mindful Traveler.
- Comparar las diferencias sustanciales entre Slow Travel y Mindful Travel.
- Identificar a qué segmentos turísticos dirigió sus esfuerzos la ciudad de Villa La Angostura en la última década.

5. ESTADO DEL ARTE

El presente apartado realiza una revisión exhaustiva de investigaciones que hablan sobre el Mindful Travel, con el fin de establecer el nivel de significación de esta tendencia turística para evaluar los beneficios que supondría su desarrollo para la ciudad de Villa La Angostura. Para esto, en primer lugar, se revisará qué comprende dicho término. Posteriormente se hablará sobre los estudios existentes acerca de los efectos producidos por la pandemia del Covid-19 y su relación con esta tipología turística.

Es preciso comenzar estableciendo qué se entiende por Mindful Travel o turismo consciente. Mindful Travel Destinations (2019) lo define como: aquel “que busca trabajar por un turismo transformador y está centrado en crear experiencias turísticas que facilitan el equilibrio entre el bienestar físico, la salud emocional y la paz espiritual de los viajeros conscientes”.

El turismo consciente prioriza la necesidad de resiliencia del viajero y busca su transformación por medio de las diferentes sensaciones, sentimientos y vivencias producidas a través de, la conexión consciente con el entorno natural, el territorio visitado y el contacto con las personas locales. Por lo que no solo constituye un viaje a un destino, sino que también implica un viaje hacia el interior. Este constituye una de las grandes tendencias turísticas en crecimiento desde 2018, Lonely Planet (como se citó en Mindful Travel Destinations, 2019) estima que el Mindful Travel representa el segmento de mercado de mayor crecimiento en 2018, un 10 % en el mundo.

Si bien el interés por experiencias y destinos vinculados con la salud y el bienestar era ya significativo, la actual pandemia producida por el Covid-19, contribuyó a que esta tendencia del turismo de bienestar, enfocada en experiencias de mente y alma desarrolladas en espacios naturales, incremente su demanda, ya que se ha intensificado el interés y la importancia que las personas otorgan a la salud física y mental.

El aislamiento preventivo y obligatorio impuesto por el coronavirus resultó en la repentina discontinuidad de las rutinas cotidianas habituales, la libertad de las obligaciones sociales y laborales, y la ausencia de apoyo. Dichos factores, han llevado a las personas a tener que enfrentarse al estrés y la ansiedad (Usher, 2020). Esto llevó a que gran cantidad de esas personas comenzaran a buscar servicios de auto-ayuda, meditación, pilates y estilos de vida más saludables; y a que aumentara la oferta del turismo de bienestar, enfocada fundamentalmente en el turismo nacional y de proximidad.

Diferentes estudios clínicos han demostrado que la meditación con atención plena o mindfulness es una herramienta útil para regular los efectos nocivos del estrés prolongado en el tiempo y alcanzar un estado óptimo de bienestar mental, físico y social. La práctica del mindfulness llevada al ámbito turístico sienta la base del denominado Mindful Travel, dado que supone que el turista practique la conciencia plena durante su viaje y durante cada una de las experiencias que lo integran, evitando distracciones.

El producto turístico Mindful Travel es sobre todo una opción personal, basada en la ética y la hospitalidad, que tiene en el desarrollo humano su esencia. Por tanto, no debemos confundir Mindfulness con Mindful Travel; para vivir experiencias Mindful

no hace falta ser un practicante asiduo de Mindfulness. El Mindfulness tiene entidad propia, no es susceptible de ser instrumentalizado ni manipulado y su práctica va más allá de un viaje transformador.

(Mindful Travel Destinations, 2019, p. 11)

De acuerdo con el ReportLinker, a pesar de la pandemia del Covid-19 las previsiones para el turismo del bienestar siguen siendo positivas y se prevé que el tamaño global del mercado del turismo de bienestar alcance los 1009 billones de euros en 2027 (ReportLinker,2020).

Sumado a esto, también debe tenerse en cuenta que se está ante nuevas generaciones, las cuales cada vez son más conscientes y comprometidas con cuestiones como los Objetivos para el Desarrollo Sostenible 2030, por lo que se prevé que a futuro demandarán productos turísticos de bienestar, otorgándole más importancia a las experiencias y a la transformación personal. En base a esto se puede afirmar que la industria pospandémica puede beneficiarse ampliamente adoptando al mindfulness como eje principal.

En cuanto a la ciudad de Villa La Angostura⁵, la cual forma parte del denominado corredor de los lagos que concentra uno de los atractivos más destacados de la provincia, es preciso comenzar diciendo que esta se encuentra ligada a la actividad turística desde de la década de 1930, época en la que se creó el Parque Nacional Nahuel Huapi.

Sin embargo, no fue hasta la década de 1990 en que paso a ser concebida como un destino de turismo masivo. A partir de entonces, fueron aumentando gradualmente los segmentos turísticos a los que dirigía sus esfuerzos la ciudad, acompañados por importantes inversiones privadas, transformándola en pocos años, en uno de los centros turísticos de mayor crecimiento de la provincia y de Argentina.

En la actualidad, Villa La Angostura es un destino bien posicionado, tanto en el país como en el mundo, asociado a la imagen de una aldea de montaña, sustentable y exclusiva, con alto valor paisajístico y natural.

En cuanto a su oferta turística predomina el turismo alternativo o de naturaleza, entre los cuales se incluyen el turismo aventura, con actividades como montañismo y ciclismo; y el Ecoturismo, con actividades como la observación de fauna, senderismo, visitas a reservas naturales y Parques Nacionales. Esto se complementa con el fuerte compromiso de sus habitantes con la sustentabilidad ambiental y la intención de mantener a largo plazo las características excepcionales de la ciudad y su entorno.

Aunque es un destino muy distinguido, su marcada estacionalidad no favorece el mantenimiento de una rentabilidad constante a lo largo del año. Presenta una ocupación muy alta durante el verano y durante las vacaciones de invierno, con una ocupación superior del 70% y 49%, respectivamente. Por el contrario, durante la temporada baja, constituida por los meses de mayo y junio, el porcentaje de ocupación no supera el 20% (Rodríguez, 2018). Lo que genera dificultades para mantener los servicios el resto del año, o que muchos

⁵ ubicada al sur de la Provincia del Neuquén, en la margen norte del lago Nahuel Huapi.

establecimientos permanezcan cerrados desde semana santa hasta el inicio de la temporada invernal.

La pandemia del coronavirus también afectó negativamente a la ciudad. El cierre de las actividades como consecuencia del Covid-19 fue un gran golpe para la economía de Villa La Angostura, dado que el turismo es su principal fuente de ingresos.

Si bien la actividad turística comenzó a reactivarse progresivamente, la aparición del Covid-19 implicó la realización de grandes cambios operativos y de gestión para los prestadores turísticos, como, por ejemplo, controlar que no se produzcan aglutinamientos de personas; y cambios de usos y costumbres para los turistas. Para la próxima temporada, los prestadores turísticos esperan una significativa variación en la mentalidad de la demanda, ya que la gente buscará desplazarse en grupos de contingentes más reducidos, de manera más particular, y optará por el turismo de naturaleza, en lugar del masivo y activo.

Teniendo en cuenta el efecto negativo que tuvo el Covid-19 en el turismo y cómo este afectó particularmente a la ciudad de Villa La Angostura, sumado al problema de la ciudad respecto a su marcada estacionalidad, expuesto anteriormente; es necesario tener en consideración que los viajes Mindful “Son viajes enfocados principalmente a las épocas de media y baja ocupación en destinos muy visitados, época propicia para entrar en contacto con la sociedad de acogida” (Mindful Travel Destinations, 2019, p. 12).

6. DISEÑO METODOLÓGICO

Aquí se especificarán las herramientas y los instrumentos metodológicos que serán utilizados como fuente de recopilación para el posterior análisis y verificación de los interrogantes, hipótesis y objetivos de investigación que fueron expuestos a lo largo del trabajo.

6.1 REVISIÓN DOCUMENTAL.

En primera instancia, con el fin de recolectar datos relacionados y/o relevantes para la investigación se llevará a cabo una *revisión documental o revisión de la literatura*. Se trata de la lectura, selección y análisis de medios y recursos bibliográficos, audiovisuales, estrictamente científicos.

6.2 LA ENCUESTA.

Se realizará sobre el público específico que visita la ciudad de Villa La Angostura. Según el informe publicado por la Secretaría de Turismo local, “Perfil de la demanda Turística Temporada Estival 2019” la cantidad aproximada de turistas que recibe de forma anual esta ciudad es de 40.142 personas. Cabe mencionar, que se tiene en cuenta este dato dado que las cifras del año 2020 podrían no ser las más exactas o específicas en razón de la pandemia por el COVID-19 durante la cual hubo periodos en los que el turismo no estuvo permitido.

Teniendo en cuenta este dato se calculó la muestra utilizando como herramienta la calculadora virtual de Netquest.com; la misma será de 381 personas. Por otra parte, se aclara que se consideran los datos del período estival (enero y febrero) ya que es la temporada alta

del destino y por ende el universo a estudiar será mayor. Sin embargo, las encuestas serán enviadas en época invernal (fuera del período de receso invernal), en función de que se considera que los encuestados tendrán mayor disponibilidad para responder.

El perfil del turista que visita Villa La Angostura, según el informe previamente mencionado, se caracteriza por viajar, en su mayoría, en grupo familiar. Por este motivo, las edades toman en cuenta a menores de 18 años y adultos de 26 a 45 años. En lo que respecta a la motivación de visita, se destaca el deseo de tomar contacto con la naturaleza.

Teniendo en cuenta que ya se tiene la información que permite saber cuál y cómo es el turista genérico que recibe esta ciudad, con la utilización de la encuesta se podrá conocer el público *potencial*, dentro del segmento que ya visita el destino; pero que en esta oportunidad estará dispuesto a experimentar el Mindful Travel en Villa La Angostura.

Se considera que la encuesta es la herramienta apropiada para recabar la información que se desea obtener, de manera rápida, sencilla y en un volumen apropiado. La misma será autoguiada y online con un cuestionario estructurado, con preguntas abiertas y cerradas.

En lo que respecta a la tabulación de datos, se utilizará la hoja de cálculo creada automáticamente por Google a través del formulario del cuestionario y los gráficos obtenidos una vez que los encuestados respondan.

6.3 LA ENTREVISTA.

Realizaremos 3 tipos de entrevistas, vía internet (plataforma Zoom o Google Meets), mediante 3 guías de preguntas distintas, abiertas y semiabiertas, debido a que entrevistaremos a: prestadores de servicios de Villa La Angostura involucrados en la industria turística, funcionarios públicos de la Secretaría de Turismo de la localidad y los referentes de la organización Mindful Travel Destinations, para realmente llegar a conocer su opinión al respecto del posible desarrollo de la tipología Mindful Travel en Villa La Angostura.

Creemos pertinente utilizar esta herramienta por la importancia de llevar a cabo una conversación flexible, donde las personas se sientan libres de expresarse. Además, las guías de preguntas serán distintas ya que el objetivo en cada entrevista es diferente, de acuerdo a las personas a entrevistar.

7. MARCO TEÓRICO

En el presente trabajo proponemos brindar un enfoque de la actividad turística que abarque los aspectos que permiten ordenar y tipificar alternativas de modo de obtener clasificaciones que sean útiles a la hora de organizar una oferta en el mercado. Más allá de los aspectos puntuales de los destinos y los servicios disponibles, la idea es ahondar en las motivaciones del consumidor que se traducirán luego en sus preferencias, a cuenta de analizar su comportamiento desde una mirada de la psicología social.

El foco luego se pondrá en una de las tipologías específicas, que hoy aparece como tendencia en las estadísticas y que conocemos como el “Mindful Travel”. La propuesta se compone - entre varias- con disciplinas especiales como el “mindfulness” y la citada expectativa en

aumento que evidencian los viajeros en una búsqueda de vivir experiencias conscientes y “slow”.

Finalmente se tendrá en cuenta el escenario post pandemia, en el que el sector turismo, tras una crisis devastadora buscará ponerse de pie, esta vez adaptando productos y servicios a la coyuntura sanitaria, económica, social y espiritual.

7.1 TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS.

Se trata de variables turísticas, que analizadas en un todo evidencian características propias que les permiten ser catalogadas de manera específica en tipologías puntuales.

Esas modalidades agrupadas y llamadas “tipologías turísticas”, conjugan las actividades posibles a efectuar en el destino, con los componentes espaciales, y temporales, más los propósitos específicos que tienen las personas para definir y concretar un viaje, de acuerdo con lo expresado por Ibáñez y Villalbas (Antonina Ivanova y Reyna Ibáñez, 2012, p.18)

Esta definición de tipologías concuerda con la mirada del autor Agüera (Agüera, 2014, p. 49) no obstante resulta imprescindible tomar en cuenta otros factores turísticos a considerar: atractivos o alternativas de motivación turísticas relacionadas con los recursos naturales (Alaeddinoglu y Selcuk Can, 2011; Castellanos Verdugo y Orgaz Agüera, 2013), los elementos relativos a la cultura (Hughes y Allen, 2005; Güemes Ricalde y Ramírez Cordero, 2012), la cuestión del patrimonio (Mendoza Ontiveros et al., 2011; Weaver, 2011), el clima (Gómez Martín, 2005; Day et al., 2013), lo relativo a la salud (Silva Gustavo, 2010; Ging Lee, 2010), y lo rural, entre otros (Garduño Mendoza et al., 2009; Millán Vázquez de la Torre et al., 2013).

De tal manera y teniendo en cuenta cada ítem de las variables que reúnen atractivos y motivaciones son las que permiten discriminar entre una tipología turística y otra.

[...] algunos autores (Vargas Sánchez, 2007; Castillo Canalejo et al., 2011) hablan de dos formas de turismo: turismo de masas y turismo alternativo. Esta última está compuesta por el agroturismo, turismo rural, turismo de aventura, turismo cultural o patrimonial y el turismo ecológico o ecoturismo. Las formas alternativas al turismo de masas tienen como característica fundamental que se desarrolla, de forma más sostenible, al turismo de masas. En este aspecto destacan elementos como el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales y la conservación y respeto hacia los recursos naturales, culturales y patrimoniales. Así, el concepto de sostenibilidad ya ha sido aplicado por numerosos autores al turismo (Chávez D'agostino et al., 2013).” (Agüera, 2014, p. 49)

Entre las formas alternativas aparecen el “turismo slow” y el “turismo sustentable”.

Este último surge como respuesta alternativa y complementaria a los efectos que generó el turismo en masa a nivel mundial, que siempre representa un problema para el ambiente y para la futura industria turística (Saarinen, 2006, como se citó en Sánchez Valdés y Vargas Martínez, 2015).

[...]La solución inmediata ante esta crisis fue re concebir la sustentabilidad, otorgándole no sólo un significado ambiental, sino integrando además los aspectos económicos, culturales y sociales, dando origen al llamado turismo alternativo o sustentable, lo cual se alineaba con la postura de lograr un equilibrio entre todos los actores involucrados en la actividad turística. (Sánchez Valdés y Vargas Martínez, 2015)

Los autores Martínez, Nechal y Villarreal coinciden con que el desarrollo sustentable fue adoptado por el turismo con la finalidad de generar el máximo bienestar en los turistas, a los residentes del territorio y operadores del sector en relación con su entorno, y con el fin de evitar dañar tanto lo patrimonial como la actividad económica. (Bramwell y Lane, 1999, como se citó en Martínez, Nechal y Villarreal, 2011)

Por otro lado, el “turismo slow” nace del “movimiento slow”. El mismo pone el acento en el disfrute de los detalles de la vida, brinda la opción de de una forma de vida más lenta y claramente se contrapone a la “fast life” que va de la mano con el turismo masivo:

[...] la “fast life” ha estado también presente en el turismo y es quizá la práctica más promocionada y vendida a través de los paquetes programados, o los mundialmente conocidos tours “todo incluido”. Muchos viajeros buscan visitar una gran cantidad de atractivos en un tiempo récord, por ello, cada actividad se la planifica de manera cronometrada y naturalmente la calidad no es la prioridad.”(Cabanilla Vásconez, 2011, p.34)

Es así como el “slow tourism” se propone como finalidad el descubrimiento y conocimiento profundo de un territorio y sus atractivos turísticos, como también lograr la integración a estos (Cabanilla Vásconez, 2011, p.34).

7.2 PSICOLOGÍA SOCIAL.

Para comprender mejor el fenómeno del comportamiento del consumidor de turismo es importante encontrar datos que puedan surgir desde el enfoque de la “psicología social”.

Aparece como una subdisciplina de la psicología que se dedica especialmente al estudio científico de la conducta de los individuos como resultado de los estímulos sociales, según Jones y Gerard (como se citó en Crespo Suárez Eduardo, 1995, p. 20). Paralelamente Sherif y Sherif (1969, p.8) la describen como “*el estudio científico de la experiencia y conducta del individuo en relación a las situaciones de estímulos sociales*”.

Ambas definiciones entienden a la psicología social en primera instancia como el estudio del individuo como tal, conforme a lo que siente y experimenta, y en luego el vínculo necesario con el contexto en el cual se producen los comportamientos (el marco social).

Cabe resaltar que la cognición del ser humano, es decir la capacidad de procesar la información a través de la percepción, también se ve afectada por factores internos al mismo, como ha de ser el humor y la emoción.

Muchas veces las personas tienden a usar estos términos como sinónimos, pero es necesario destacar que precisamente no son lo mismo.

Según Fehr y Rusell (como se citó en Palmero y Martínez Sánchez, 2008, p. 28) coloquialmente nos referimos a las emociones para describir estados subjetivos que poseen una intensa carga afectiva. Decimos sentirnos alegres o tristes, tener miedo o ira. A su vez, se trata de procesos episódicos de corta duración, provocados por algún estímulo o situación interna o externa que ha sido evaluada y valorada como potencialmente capaz de producir un desequilibrio en el organismo, y que finalmente dan lugar a una serie de cambios o respuestas subjetivas (Martínez-Sánchez, Fernán-Abascal y Palmero, 2002).

Por otro lado, el humor al contrario de las emociones posee un carácter más difuso, tiene una mayor duración carece de expresión facial propia y provoca una activación fisiológica menor, por lo que Frijda (1994, como se citó en Palmero y Martínez Sánchez) afirma que no necesariamente tiene que existir un elemento que lo cause.

Sin embargo, la función principal del humor es influir y modular la cognición, altera las prioridades y cambia las formas de procesamiento de la información. Por lo que mientras que el estado de ánimo (humor) produce consecuencias mayormente cognitivas, la emoción tiene consecuencias motivacionales y de acción inmediata.

Llevando estas ideas a nuestra actividad particular, se entiende que la motivación juega un papel clave en la actividad turística, porque debido a ella es que las personas se deciden en emprender viajes, preferir destinos, y elegir modalidades.

También influye el hecho de que durante los viajes las personas interactúan de formas diversas entre sí, y sobre todo los habitantes locales de cada destino turístico.

[...] Los aportes de la Antropología Social en considerar al turismo como una forma de ocio subsidiario al orden laboral, en donde el viaje funciona como un mecanismo aislante, han llevado a la idea de que todas las culturas poseen una forma de hacer "turismo" que las distingue y las hace similares. Así, los viajeros se encuentran con nativos de otras culturas en donde se dan interacciones específicas entre unos y otros. (Castaño, 2005, p. 114)

Además, resulta necesario tener en cuenta el rol que el viajero desempeña en un determinado viaje, y tal situación lleva a retomar la clasificación por personalidad de los viajeros establecido por Plog (1974).

Este autor clasifica a los turistas en aloécnicos, mid-céntricos y psico-céntricos. Los primeros son aventureros, buscan diversidad, son muy seguros de sí mismos y no necesitan de viajes organizados. Los últimos, es decir los psico-céntricos, suelen preferir los viajes armados, a destinos tradicionales, se comportan en ocasiones nerviosos y miedosos, y en consecuencia suelen experimentar generalmente mayor sensación de riesgo, ansiedad e incertidumbre que los aloécnicos.

7.3 MINDFULNESS.

Aquí nos detenemos en una de las tipologías que se evidencian en crecimiento en los últimos tiempos, teniendo en cuenta lo que revelan coincidentemente todas las estadísticas más relevantes del mercado turístico.

Hay quienes buscan un viaje con conciencia plena de cada una de las experiencias a vivir, lo que las sociedades hoy conocen como “mindfulness”.

El concepto mismo refiere a la "Atención Plena", y abarca desde la toma de consciencia del propio cuerpo, de los pensamientos y de las emociones en el momento presente, siempre con una actitud de interés, curiosidad y aceptación. (Sociedad Mindfulness y Salud, 2020)

Todo ello se concreta en un proceso sistemático de auto-observación, de auto-indagación y de acción atenta, que contribuye a estar más en contacto con la plenitud del propio ser.

Jon Kabat-Zinn (1994) define Mindfulness al hecho de “*prestar atención de una manera determinada, de forma deliberada, en el momento presente y sin juzgar*” (p.18).

Esta práctica de la “atención plena” posee dos formas fundamentales de realización: La primera, se denomina práctica formal, la cual consiste en la realización de una serie de ejercicios y técnicas durante un periodo de tiempo específico; y la segunda, es la práctica no formal, la cual implica realizar cualquier tipo de actividad cotidiana, como ducharse, comer, caminar, entre otras, manteniendo la “atención plena”.

En el año 1979, el Dr. Jon Kabat-Zinn comenzó a utilizar el Mindfulness como parte del tratamiento para el dolor crónico y/o trastornos relacionados con el estrés, en la Universidad de Massachusetts, en Estados Unidos.

Se popularizó entonces la integración de la práctica de la “atención plena a la medicina”, con la psicología de occidente y su reconocimiento científico como una herramienta útil para regular los efectos nocivos del estrés prolongado en el tiempo. Todo ello para alcanzar un estado óptimo de bienestar mental, físico y social.

A nivel cognitivo, el Mindfulness demostró mejorar la capacidad de concentración, que contribuye a la lograr claridad mental para analizar de manera más objetivas las situaciones y a tomar decisiones más eficaces; y también la posibilidad de potenciar la creatividad y de aumentar la productividad.

A nivel emocional está comprobado que la practica reduce el estrés y la ansiedad, incrementa la capacidad de gestión emocional, potencia el liderazgo, mejora las relaciones interpersonales y tiene efectos antidepresivos.

Finalmente, a nivel físico protege al cerebro de enfermedades mentales, ayuda a dormir mejor, contribuye a evitar el sobrepeso, ralentiza el proceso de envejecimiento, mejora el sistema inmunitario y reduce la mortalidad cardiovascular (María Fernández de la Riva, 2016).

Es importante hacer una diferenciación entre el Mindfulness y la meditación dado que son lo mismo: el Mindfulness es un estado de conciencia que surge al reconocer lo que está sucediendo mientras está sucediendo, y que se alcanza a través de la práctica de la meditación, entre otras técnicas como el yoga o el escaneo corporal.

Jon Kabat-Zinn (1994) dice que: “La meditación es el proceso por medio del que hacemos más profunda nuestra atención y nuestra conciencia, las afinamos y les damos una aplicación práctica y más amplia en nuestra vida” (p.12).

Esta práctica, llevada al ámbito turístico, implica que el viajero busca tener plena conciencia durante el viaje y en cada una de las experiencias que lo integran, evitando distracciones y, por ende, mejorando su percepción y satisfacción global respecto a aquello que está viviendo.

Todo eso junto contribuiría a su bienestar. Y por ello estas premisas son, de alguna manera, el punto de partida de lo que se ha acuñado como “Mindful Travel” (OSTELEA, 2020, p.6).

7.4 TURISMO POST COVID-19 EN VILLA LA ANGOSTURA.

La pandemia de Covid-19 además de sus efectos letales para la salud, la conmoción social teñida de confinamiento, angustia y miedo, y la crisis económica global, provocó efectos catastróficos especialmente en la actividad turística.

El sector estuvo completamente inactivo durante meses y recién comenzó a reactivarse a finales del 2020, lo que llevó al turismo a la sala de emergencia.

Las autoridades de cada país se vieron obligadas a tomar medidas fuertes, siguiendo el consejo experto que priorizaban a la prevención, por encontrar en este marco la mejor forma de combatir el virus y evitar muertes.

En el caso de Argentina se estableció una cuarentena obligatoria en todo el territorio, con el objetivo de ralentizar los contagios detener la transmisión y neutralizar los focos de propagación.

La situación se vio aún empeorada para aquellos destinos que en su mayoría dependen económicamente de la actividad turística, como es el caso de Villa la Angostura, ciudad que junto a San Martín de los Andes conforman los puntos más importantes de la provincia de Neuquén y del Corredor de los Lagos.

Esta zona, en la mirada de las investigadoras Rodríguez María y Cadiz Anabela, representa una “construcción social, cuya extensión está determinada por la complejidad socioeconómica, territorial y cultural, así como por los actores sociales, los intereses, las relaciones intra y extrarregionales y las lógicas de valorización de los recursos naturales”. Según las autoras, en esta región se destaca el turismo no solo por sus beneficios económicos, sino que funciona como “actividad organizadora del territorio, estructuradora de la sociedad y dinamizadora de la economía regional”.

En el contexto que se prolongó en el tiempo la crisis económica comenzó a sentirse fuerte, de manera que fue in crescendo la presión por parte de los prestadores, de la búsqueda de alternativas que den respuesta a la paralización agobiante.

Frente a ello el gobierno provincial debió diseñar el llamado Plan de Reactivación Turística 2020-2021. La estrategia que abarcó diferentes ejes tuvo especialmente en consideración, entre otros factores, a los cambios que la pandemia produjo en las tomas de decisiones de las personas.

Los esquemas de emergencia proyectaron auxilios para los diferentes períodos y escenarios avanzando hasta la normalización de la actividad, donde la provincia espera recuperar visitantes en cantidad e inversión, a cuenta de sus reconocidos atractivos naturales y culturales.

La propuesta diferenciadora de aire libre y naturaleza da respuesta sin duda a las preferencias en crecimiento de la tipología de la cual venimos hablando.

No obstante, la planificación se ha desarrollado teniendo en cuenta la coyuntura sanitaria y las expectativas de los consumidores.

En tal sentido se planteó el desarrollo de ofertas turísticas sustentables, productos que satisfagan las nuevas demandas de la post pandemia, y que cuenten con diferentes aspectos de innovación e incrementen la seguridad tanto del residente como del visitante. (Pérez Abreu MR, 2020)

7.5 MINDFUL TRAVEL.

La alternativa llamada “mindful travel” conforma una tipología basada en las preferencias del consumidor turístico y que contiene aspectos del “slow”, del “mindfulness”, de turismo sustentable, y más, ensamblados en una combinación única que satisface la tendencia que destacamos en crecimiento.

Esa amalgama de lugares, tiempos, climas, contactos, servicios y productos se debe orientar al buscador consciente que pretende un cambio drástico de la oferta tradicional del mercado, para acceder a paquetes flexibles que se puedan adaptar fácilmente a sus intereses y escapen de la inercia habitual que plantean los operadores del sector.

La opción abre un camino nuevo para todo el mundo turístico que puede inclusive producir una renovación de otras tipologías, que puedan tomar algunas de las características específicas del mindful para incorporar en sus prestaciones.

La necesidad de prestar atención a las preferencias y comportamientos del consumidor sin duda es la clave que va a motorizar la recuperación primero y el crecimiento de esta industria a mediano plazo.

Hoy se escuchan por todos lados diferentes voces llamando a un cambio de consciencia global, por tanto, el turismo aquí puede ser pionero en la producción de esos cambios.

Ya no sirve ajustarse a los modelos tradicionales que se van estancando con el paso del tiempo.

En turismo, como en otros órdenes de la vida, se trata de “vivir los instantes”. Y nada mejor que nuestro sector para dar los primeros pasos en buscar traducir los simples momentos, en momentos felices.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Agüera, F. O. (17 de Febrero de 2014). <https://www.redalyc.org/>. Recuperado el 21 de 10 de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193432638002.pdf>
- Asociación Mindful Travel Destinations. (2019). *Manifiesto Mindful Travel: Turismo transformador y sostenible*. Madrid - Fitur 2019. Recuperado el 18 de Agosto de 2021, de <https://mindfultraveldestinations.com/wp-content/uploads/2019/03/Manifiesto-Mindful-Travel-2019.pdf>
- Cardone , M. (2006). Oportunidades y conflictos para el desarrollo del turismo en el sur del Neuquén. *Boletín Geográfico N 28*. Recuperado el 6 de Septiembre de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5017804>
- Castillo Montesdeoca, E., Vázquez Rozas, E., & Martínez Roget, F. (18 de Enero de 2017). Turismo Consciente”, desde la óptica de los expertos. Recuperado el 8 de Septiembre de 2021, de <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/5565/pdf>
- Crespo Suárez, E. (1995). *Introducción a la Psicología Social*. Madrid: Editorial Universitas S.A. Recuperado el 19 de Octubre de 2021, de https://eprints.ucm.es/id/eprint/13929/1/Introduccion_psi_soc.pdf
- Di Clemente, E., De Salvo, P., & Hernández Mogollón, J. (2011). SLOW TOURISMO O TURISMO DE LA LENTITUD: UN NUEVO ENFOQUE AL DESARROLLO DE TERRITORIOS LENTOS. Recuperado el 6 de Septiembre de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5018510>
- E.E.V Martínez, M. N. (2011). *Turismo y Sustentabilidad*. Toluca, Estado de México. Recuperado el 21 de 10 de 2021, de [Dialnet-TurismoYSustentabilidad-3738722.pdf](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3738722.pdf)
- Fraiz Brea, J., Tarrés Falcó, E., & Araújo Vila, N. (2020). *Turismo Post Covid-19, reflexiones, retos y oportunidades* (Vols. Capítulo 49 “El turismo de bienestar y mindful travel en el nuevo escenario pos-COVID-19”). La Laguna, España. Recuperado el 4 de Septiembre de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=770475>
- Google Docs. (s.f.). *Google Docs*. Recuperado el 2021 de 11 de 11, de https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RtmxBjUj8CwzYqK849tE2KqgITscImqI-hGA_dTQO50/edit?usp=sharing
- Google Forms. (s.f.). *Google Forms*. Recuperado el 2021 de 11 de 11, de <https://forms.gle/p6cRePGVg2TzStJe9>
- INNOVTUR (centro virtual de formación turística). (2 de Diciembre de 2020). Turismo Slow: un turismo sostenible y no masificado. *INNOVTUR*. Recuperado el 6 de Septiembre de 2021, de <https://www.innovtur.com/slow-tourism-una-forma-natural-de-viajar-una-actitud-hacia-el-viaje/>
- Kabat-Zinn, J. (Julio de 2017). *Mindfulness en la vida cotidiana. Donde quiera que vayas, ahí estás*. (Paidós, Ed.) Recuperado el 21 de 10 de 2021, de

https://www.budismolibre.org/docs/libros_budistas/Jon_Kabat_Zinn_Mindfulness_en_la_vida_cotidiana.pdf

Korstanje, M. (2005). Reseña del libro *Psicología Social de los Viajes y del Turismo*. En J. Castaño, *Psicología Social de los Viajes y del Turismo*. Madrid: Editorial Thomson. Recuperado el 19 de Octubre de 2021, de

<http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n11/art07.pdf>

López Ibáñez, J., & Rodríguez, C. (2020). *Los Parques Nacionales argentinos ante la pandemia del COVID-19. El caso del Parque Nacional Nahuel Huapi*. Misiones. Recuperado el 8 de Septiembre de 2021, de <https://edicionesfhycs.fhycs.unam.edu.ar>

Martínez, A. S. (28 de 09 de 2015). <https://www.redalyc.org/>. Recuperado el 21 de 10 de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/904/90444727013.pdf>

Netquest. (s.f.). *Netquest*. Recuperado el 2021 de 11 de 10, de https://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra?utm_term=&utm_campaign=Leads-Search-Spanish&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=5975040019&hsa_net=adwords&hsa_cam=13335534631&hsa_ad=530627771962&hsa_kw=&hsa_grp=129918234651&hsa_mt=b&hsa_ver=

Ortíz, P. (1 de Agosto de 2019). Las nuevas tendencias en el consumidor de turismo . *Amara ingeniería de marketing*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2021, de <https://www.amara-marketing.com/blog-turismo/nuevas-tendencias-en-el-consumidor-de-turismo>

Ostelea. (21 de 07 de 2021). <https://www.ostelea.com/>. Recuperado el 21 de 10 de 2021, de <https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/tendencias-en-turismo/bienestar-y-turismo-una-tendencia-para-la-reactivacion-del-sector>

Palmero, F., & Martínez Sánchez, F. (2008). *Motivación y Emoción*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España. Recuperado el 19 de Octubre de 2021

Pérez Abreu MR, G. T. (11 de 4 de 2020). *Revista Habanera de Ciencias Médicas*. (C. Médicas, Editor) Recuperado el 21 de 10 de 2021, de <http://www.revhabanera.sld.cu/index.php/rhab/article/view/3254/2505>

Riva, M. F. (20 de 10 de 2016). *fernandezdelariva.com*. Recuperado el 21 de 10 de 2021

Sánchez, D. S. (15 de 05 de 2020). <https://www.ostelea.com/>. Obtenido de <https://www.ostelea.com/research/mindfulness-y-turismo-viajes-para-cuidarnos>

Sánchez, D. S. (15 de 05 de 2020). *ostelea.com*. Recuperado el 21 de 10 de 2021, de <https://www.ostelea.com/research/mindfulness-y-turismo-viajes-para-cuidarnos>

Santos, R., & Sánchez, S. (21 de Julio de 2021). Turismo de Bienestar: Tendencias y desafíos en tiempos de COVID. *OSTELEA (Tourism Management School)*. Recuperado el 16 de Septiembre de 2021, de <https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/tendencias-en-turismo/bienestar-y-turismo-una-tendencia-para-la-reactivacion-del-sector>

- Sociedad Mindfulness y Salud. (2020). <https://www.mindfulness-salud.org/>. Recuperado el 21 de 10 de 2021, de <https://www.mindfulness-salud.org/mindfulness/que-es-mindfulness/>
- Stankova, U., Filimonaub, V., & D. Vujicica, M. (2020). *A mindful shift: an opportunity for mindfulness-driven tourism in a post-pandemic world*. Faculty of Sciences, Department of Geography, Tourism and Hotel Management, University of Novi Sad, Novi Sad, Serbia. Recuperado el 4 de Septiembre de 2021, de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616688.2020.1768432>
- Usina Turística. (2020). *2º Informe El perfil del "Turista 1.9"*. Buenos Aires. Recuperado el 8 de Septiembre de 2021, de <https://docer.com.ar/doc/x1x15c8>
- Vásconez, C. (2011). <https://dialnet.unirioja.es/>. Recuperado el 21 de 10 de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3616996>
- Villalobos, R. I. (2012). books.google.com.ar. Recuperado el 21 de 10 de 2021, de https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=&id=BAHYkvJihDwC&oi=fnd&pg=PA17&dq=tipolog%C3%ADas+de+turismo&ots=i_iT-zpNej&sig=6vKIrEhDjX7mNKLXzgQcE0XsToU&redir_esc=y#v=onepage&q=tipolog%C3%ADas%20de%20turismo&f=false

9. ANEXOS: ANEXO METODOLÓGICO

Lo siguiente es el detalle de los instrumentos de recolección de información y análisis de datos que se emplearán para abordar el trabajo de campo donde se expondrán las metodologías empleadas en el diseño e implementación del muestreo.

9.1 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Los instrumentos de investigación utilizados tienen entre sí algunas diferencias, con el objetivo de lograr recabar la mayor cantidad de información posible, mas comparten características tales como: el uso de una guía de preguntas abiertas, con una reunión individual, programada y estructurada.

En el caso del relevamiento a los “funcionarios públicos” la guía de preguntas será abierta y semiabierta. Y finalmente en la investigación realizada sobre “profesionales del mindful travel” también se empleará una guía de preguntas abiertas y semiabiertas, en un encuentro grupal, programado y no estructurado.

El canal de comunicación será a través de internet, videollamada la plataforma Zoom o como segunda opción Google Meets.

9.1.1 CUESTIONARIO: Imagen 1.



Un nuevo turismo en Villa La Angostura

Hola! Somos estudiantes de la carrera de Turismo y Hotelería y en esta oportunidad nos interesa saber su opinión sobre una nueva forma de viajar.

basconceldaira@gmail.com [Cambiar cuenta](#)



*Obligatorio

Correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico

¿Alguna vez visitó la ciudad de Villa la Angostura? *

- Sí
- No
- No sabe/No contesta

¿Dónde reside actualmente? *

Tu respuesta

[Siguiente](#)



Página 1 de 6

[Borrar formulario](#)

Fuente: elaboración propia en Google Forms. Puede acceder a la misma a través de: <https://forms.gle/p6cRePGVg2TzStJe9>

9.1.2 ENTREVISTA A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN VLA

Procederemos a entrevistar a un prestador de cada rubro involucrado en la actividad turística: gastronomía, alojamiento, servicios de bienestar, actividades recreativas. En un lapso de 20 minutos pretendemos llevar a cabo una conversación flexible (donde las personas se puedan explayar) con los prestadores para llegar a conocer con la mayor amplitud posible su visión respecto de nuestro tema a investigar.

El objetivo de esta entrevista es entender cómo afectó la pandemia Covid-19 y puntualmente el cierre de la actividad turística en la vida de los prestadores de servicios de VLA, y a su vez conocer su opinión acerca del posible desarrollo del mindful travel en la localidad.

Introducción: Somos estudiantes de la carrera de la Licenciatura en Turismo y Hotelería en la Universidad Argentina de la Empresa, Buenos Aires. Nos encontramos investigando acerca de la actividad turística en Villa La Angostura al año 2021, y la posible implementación del mindful travel en el destino, es por ello nos interesa conocer su opinión al respecto.

Guía de preguntas:

- ¿Cómo describiría su actividad de negocio? ¿Cuál fue el impacto que la pandemia Covid-19 tuvo en él?
- A partir de la reanudación del turismo en Argentina a fines del 2020 y comienzos del 2021, ¿pudo contrarrestar los efectos generados por la pandemia?
- ¿Su esquema de comercialización se vio afectado? ¿Notó algún cambio en su público en cuanto a sus preferencias?
- ¿Cómo ve el futuro de su negocio a corto y mediano plazo?
- (Previamente se definirá el término “Mindful Travel”) ¿Aplicaría el mindful travel en su negocio? ¿Cómo cree que podría funcionar?

Cierre: Agradecimiento

9.1.3 ENTREVISTA A FUNCIONARIOS PÚBLICOS DE LA SECRETARÍA DE TURISMO DE VLA

Se procederá a entrevistar a un funcionario público de la Secretaría de Turismo de la ciudad de Villa La Angostura. Esta entrevista cuya extensión también rondará los 20 minutos, tendrá como objetivo comprender el grado de importancia que la actividad turística posee en el municipio, además de saber si considerarían viable dirigir esfuerzos a apoyar el desarrollo del Mindful Travel en el destino.

Introducción: Somos estudiantes de la carrera de la Licenciatura en Turismo y Hotelería en la Universidad Argentina de la Empresa, Buenos Aires. Nos encontramos investigando acerca de la actividad turística en Villa La Angostura al año 2021, y la posible implementación del mindful travel en el destino, es por ello nos interesa conocer su opinión al respecto.

Guía de preguntas:

- ¿Cuál es la principal actividad económica del municipio?

- ¿Cómo describiría el desenvolvimiento de la actividad turística en el municipio a partir de la reanudación del turismo en Argentina a fines del 2020 y comienzos del 2021?
- ¿Qué porcentaje del presupuesto municipal se encuentra destinado al turismo actualmente?
- ¿El municipio sustenta actualmente alguna propuesta turística? ¿Cuál?
- (Previamente se definirá el término “Mindful Travel”) ¿Considera posible que el municipio destine un porcentaje del presupuesto municipal turístico al desarrollo del mindful travel? ¿Por qué?

Cierre: Agradecimiento

9.1.4 ENTREVISTA A PROFESIONALES DE MINDFUL TRAVEL DESTINATIONS

Se llevará a cabo una entrevista grupal de una hora de duración, con cuatro representantes relevantes de la organización Mindful Travel Destinations: Jimmy Pons, José María de Juan, Angela Aguilar Parra y María Molero. El objetivo de este encuentro será consultar con profesionales específicos de la disciplina turística a implementar sobre la viabilidad de la implementación de ésta específicamente en Villa la Angostura.

Introducción: Somos estudiantes de la carrera de la Licenciatura en Turismo y Hotelería en la Universidad Argentina de la Empresa, Buenos Aires. Nos encontramos investigando acerca de la actividad turística en la localidad de Villa La Angostura, Argentina, al año 2021, y la posible implementación del mindful travel en el destino, es por ello nos interesa conocer su opinión al respecto.

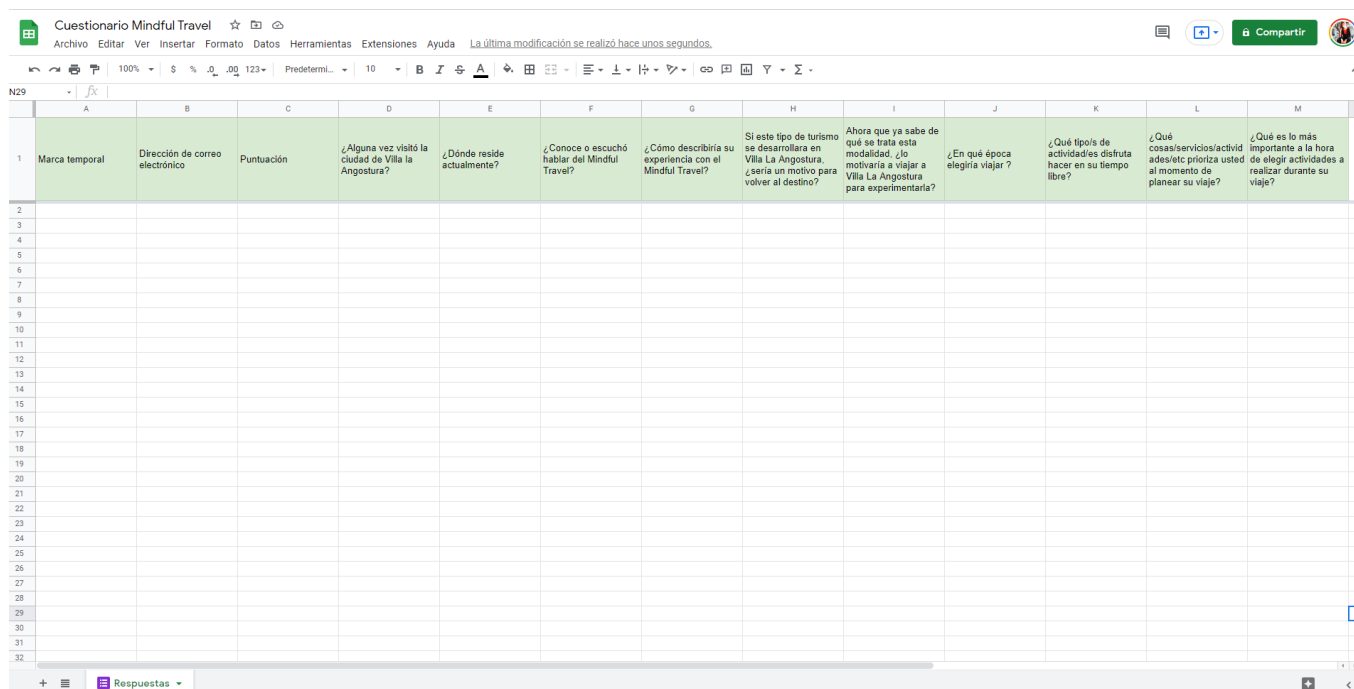
Guía de Preguntas:

- ¿Cómo es la situación actual del mindful travel, luego de la aparición del Covid-19?
- ¿Creen que sería posible la implementación del turismo mindful en un destino con las características de Villa la Angostura? ¿Por qué?
- ¿Qué medidas deberían llevar a cabo tanto las entidades públicas como privadas de Villa la Angostura para poder instaurar a este tipo de turismo en la localidad? ¿Y cuánto tiempo requerirá tal implementación?
- A partir de las medidas a aplicar, ¿en cuánto tiempo podría Villa la Angostura consolidarse como un destino mindful desde la perspectiva del turista?

Cierre: Agradecimiento

9.2 INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS

9.2.1 TABULACIÓN DE DATOS DEL CUESTIONARIO: Imagen 2.



Fuente: elaboración propia; creación de hoja de cálculo automática de Google a partir del cuestionario en Google Forms. Puede acceder a través de:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RtmxBjUj8CwzYqK849tE2KggITscImqI-hGA_dTQO50/edit?usp=sharing

9.2.2 TABULACIÓN DE RESULTADOS DE ENTREVISTA A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN VLA

La tabulación de los resultados de las entrevistas con los diversos prestadores turístico se hará a través de un cuadro de doble entrada como el que se expone a continuación. El fin es poder contemplar cada una de las opiniones y tenerlas en cuenta a la hora de emitir una conclusión en relación con nuestro tema de investigación.

Prestadores divididos por rubro:	Descripción del negocio	Impacto del Covid-19 en el negocio	Medidas para morigerar efectos de la pandemia. Reactivación del turismo al 2021	Cambios notados en la demanda	Futuro del negocio a corto y largo plazo	Aplicación del mindful travel en el negocio
Alojamiento						
Gastronomía						
Servicios de bienestar						
Actividades recreativas						

9.2.3 TABULACIÓN DE RESULTADOS DE ENTREVISTA A FUNCIONARIOS PÚBLICOS DE LA SECRETARÍA DE TURISMO DE VLA

Los resultados de esta entrevista con el funcionario de la Secretaría de Turismo de Villa La Angostura se plasmarán en un cuadro de doble entrada como vemos a continuación. Ello facilitará poder contemplar su opinión sobre cada uno de los temas relevados, y permite comparar respuestas a la hora de elaborar una conclusión.

	Principal actividad económica del municipio	Descripción de la actividad turística a partir de la reanudación de la actividad a fines del 2020 y principios del 2021	Porcentaje del presupuesto municipal asignado a la actividad turística	Sustento a alguna propuesta turística	Posible desarrollo del mindful travel en el municipio
Funcionario					

9.2.4 TABULACIÓN DE RESULTADOS DE ENTREVISTA A PROFESIONALES DE MINDFUL TRAVEL DESTINATIONS

Las respuestas de los cuatro especialistas de la organización Mindful Travel Destinations se incluirán en cuadro de doble entrada. Será útil este diseño al momento de encontrar conclusiones sobre el objeto de nuestra investigación.

Representantes de Mindful Travel Destinations:	Situación mindful travel post aparición COVID	Posibilidad de implementación de turismo mindful en Villa la Angostura	Medidas de entidades públicas y privadas para implementar mindful travel en VLA	Duración estimada de implantación del mindful travel	Tiempo para lograr el posicionamiento frente a turistas como destino mindful
Jimmy Pons					
José María de Juan					
Angela Aguilar Parra					
María Molero					