

Turismo sostenible. Introducción y marco financiero

Tapia, Gustavo N.

El turismo sostenible en su sentido más puro, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población.

El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

Según la Organización Mundial del Turismo —OMT—, los principios que definen el turismo sostenible son:

- * Se conservan los recursos naturales y culturales para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- * El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- * La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- * Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial;
- * Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Estas características hacen al turismo sostenible una herramienta de estrategia para el desarrollo económico local. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica; por otro, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales (debe considerarse que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por empresas PYMES). Además, a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes.

Las previsiones de los economistas internacionales son el continuo turismo y el crecimiento, que oscila entre tres y seis por ciento anual, dependiendo de la ubicación. Como uno de los más grandes del mundo y de industrias de más rápido crecimiento, este crecimiento continuo pondrá gran énfasis en la diversidad biológica resto de los hábitats y las culturas indígenas, que a menudo se utilizan para apoyar el turismo de masas. Los turistas que promueven el turismo sostenible son sensibles a estos peligros y tratan de proteger a los destinos turísticos.

Para proteger el turismo como una industria y con la idea de que sea sostenible se tomará en cuenta:

- * Informar a sí mismos de la cultura, la política y la economía de las comunidades visitadas.
- * Anticipación y el respeto de las culturas locales.
- * Contribución a la comprensión intercultural y la tolerancia.
- * Apoyo a la integridad de las culturas locales en favor de las empresas que conservar el patrimonio cultural y los valores tradicionales.
- * Sostenimiento de las economías locales mediante la compra de productos locales y la participación con los pequeños, las empresas locales.
- * Conservación de los recursos por la búsqueda de empresas que sean ambientalmente conscientes, y utilizando la menor cantidad posible de recursos no renovables.

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en su objetivo de apoyo al crecimiento del sector privado, es puntero en la ayuda al desarrollo del turismo sostenible en América Latina y el Caribe. Aunque la existencia de numerosos sub-sectores (alojamiento, gastronomía, transporte, operadores de actividades, etc.), y el pequeño tamaño de la mayoría de las

empresas turísticas comprometen la competitividad, el enorme potencial de desarrollo que posee este sector ha resuelto al FOMIN a centrar parte de sus actuaciones en este ámbito y crear un cluster de proyectos de esta temática.

A través de sus proyectos el FOMIN pretende respaldar el desarrollo sostenible del turismo mediante el incremento de la competitividad de las PYMES locales dentro del sector. El foco de actuación es la mejor integración de los diferentes componentes de los productos turísticos e incrementar la colaboración entre las empresas involucradas, ayudándolas a orientar su estrategia hacia la diversificación de la oferta y a conseguir una promoción más efectiva de sus destinos mediante estrategias de negocio conjuntas, y siempre con la premisa de que el desarrollo y promoción de los productos turísticos contribuyan a la conservación del medio ambiente y el legado cultural.

En las últimas cinco décadas, el turismo internacional ha pasado de desplazar 25 a casi 700 millones de viajeros al año, y a lugares cada vez más remotos gracias al desarrollo de los medios de transporte. Un fenómeno de tal magnitud y con una expansión tan rápida no podía por menos que generar impactos allá donde se ha establecido. Generalmente estos impactos se clasifican en tres categorías: económicos, medioambientales y socioculturales

Impactos económicos: El turismo ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales. Antes de la década de 1970, asumidas estas premisas y con el turismo internacional de masas recién estrenado, pocos investigadores se habían parado a estudiar los costos económicos que suponía para las sociedades anfitrionas esta actividad. Pero en esa década empezaron a ser evidentes. Así, es cierto que el turismo genera empleo, pero en muchas ocasiones para la población local es un empleo estacional y poco cualificado. Además, suele tratarse de un empleo inestable: el turismo es un sector con grandes vaivenes, y las zonas de destino se tienen que enfrentar con la competencia de otras nuevas que surgen gracias al desarrollo de los medios de transporte.

También es verdad que se modernizan las infraestructuras, pero según las prioridades turísticas y no según un desarrollo endógeno y equilibrado con las otras actividades productivas. La revalorización de los recursos autóctonos se materializa muchas veces en procesos inflacionarios, derivados de un aumento de la demanda de la tierra, el agua o los alimentos; el resultado es el encarecimiento de la canasta familiar, la dificultad de acceder a una vivienda o la expulsión de campesinos por el aumento de las rentas agrarias.

El turismo impulsa algunas actividades productivas, como la construcción, pero también pone en peligro otras tradicionales, como hemos visto en el caso de la agricultura. Igualmente, es discutible la capacidad del turismo de generar ingresos en los países de destino, ya que son los países de origen los que más se benefician de esta actividad: compañías de vuelo y grandes establecimientos hoteleros suelen pertenecer a empresas multinacionales, que tienen la capacidad de imponer precios. Finalmente, cabe señalar que en determinadas zonas donde se ha hecho una apuesta por el turismo como principal medio de desarrollo, se ha observado que genera problemas semejantes a los de economías basadas en la agricultura de monocultivo para la exportación, tales como la dependencia de los precios del mercado internacional, muy fluctuantes, o un alto nivel de riesgo derivado de la escasa diversificación

Impactos medio ambientales: Curiosamente, uno de los factores que favorece la aparición del turismo en una zona, es el paisaje, que suele mostrarse especialmente frágil con su desarrollo y que con la llegada de los turistas tiende a cambiar el uso de los recursos naturales y en otros casos a sobreexplotarlos.

El turismo de masas se ha mostrado especialmente violento con el medio ambiente: urbanización de zonas naturales o no integrada en el paisaje, sobreutilización del recurso del agua, problemas relacionados con el tratamiento de las basuras, contaminación del agua por los residuos líquidos, destrucción de monumentos históricos, contaminación del aire por el uso de vehículos y calefacción, cambios en el paisaje para favorecer actividades de ocio como el golf o el esquí, etc. Pero no sólo el turismo de masas incide sobre el medio ambiente. Formas de turismo alternativo también pueden hacer un uso no sostenible de los recursos. Bajo el concepto "turismo alternativo" se agrupan diversas formas de turismo que, a veces, buscan un desarrollo sostenible de la actividad, pero otras sólo expresan la contraposición al turismo de masas. No obstante, aunque sea sólo porque se trata de turismo a pequeña escala, las formas alternativas de turismo suelen conllevar mucha menos alteración en el paisaje. Por el contrario hay

ocasiones, cuando el paisaje es el principal valor turístico, que las instituciones públicas llegan a establecer normas conservacionistas extremas, hasta el punto de impedir el desarrollo normal de actividades tradicionales y sin entender que el ser humano tiene también un papel en el ecosistema.

Impactos socioculturales: En ocasiones se ha señalado que el turismo puede tener beneficios positivos al permitir la interrelación entre culturas diferentes. No obstante, los impactos socioculturales detectados suelen ser negativos para la sociedad anfitriona. Uno de los aspectos más destacados es la tendencia a acelerar cambios culturales que despojan de su significado a los elementos culturales para dejarlos sólo en lo epifenoménico, lo "visible", que es tratado como una mercancía más (1).

El desarrollo del turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferenciación social. Y es que los beneficios que se quedan en la zona de destino no se suelen repartir uniformemente, sino que tienden a ser monopolizados por un sector minoritario de la población (2).

El modelo de turismo sostenible

Una de las formas de turismo alternativo que mayor expectativa ha generado es el denominado ecoturismo. En su definición original, sería una forma de turismo sostenible, ya que si bien hace especial insistencia en el tema medioambiental, no olvida el factor socioeconómico. Así, para la ONG Ecotourism Society, se trata de un turismo en zonas naturales que contribuye a la protección del medio ambiente y deja beneficios para la población local. El éxito del término ecoturismo, y tal vez como consecuencia de que parece hacer mayor hincapié en la sostenibilidad de tipo medioambiental que en otros, ha fomentado que operadores turísticos lo utilicen para definir formas de turismo de naturaleza poco o nada sostenibles.

En conclusión, no parece que haya un modelo de turismo sostenible aplicable universalmente ya que el impacto del turismo varía dependiendo de las características de la sociedad anfitriona y de su contexto. En cambio, sí hay modelos de desarrollo turístico que, sean cuales sean las características sociales, económicas y medioambientales de la zona de destino, siempre son insostenibles: Vg: el turismo masificado, el denominado turismo sexual, otros a pequeña escala controlados por agentes foráneos, etc.

Ante esta situación, el turismo responsable no aparece como un tipo o modelo de turismo específico, sino como un movimiento:

- * que busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se han de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales;

- * que denuncia los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer;

- * que valora y reclama la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

El problema no consiste, solamente, en considerar que el turismo pueda ser un motor de desarrollo al que hay que ponerle algunos mecanismos correctores ante los riesgos que entraña, sino que la responsabilidad en el ejercicio de la actividad es fundamental.

Principios Básicos de Sostenibilidad

Toda actividad turística que realmente pretenda definirse como sostenible debe considerar los siguientes aspectos:

- * Uso adecuado de los recursos naturales
- * Respeto por la diversidad socio-cultural
- * Asegurar prácticas empresariales apropiadas

Según algunos investigadores, los pilares que sostienen esta actividad son el entorno (natural, histórico, artístico, social...) y el factor humano, ambos interdependientes. La explotación turística está provocando la destrucción del hábitat de patrimonio social, económico, natural y cultural. Por ello, se trabaja en este sentido a nivel mundial, con el fin de encontrar un equilibrio entre la explotación turística, el factor humano y nuestro entorno. Para alcanzar todo esto, es necesario tener en cuenta por una parte, los derechos que nos definen como personas y por otra las obligaciones que tenemos como habitantes de la Tierra.

Respecto a las clases de turismo, dado que la misma es una forma particular del uso del tiempo libre, y

una forma especial de recreación, se la puede relacionar con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad. Puede ser clasificado de diversas formas, cada una de ellas orientada a una necesidad específica e incluso, puede ser identificado en función de más de una de sus características.

Tipos de turismo según actividades desarrolladas

- * Convencional
- * De Descanso
- * Sol Y Playa
- * Sexual
- * Deportivo
- * Tradicional
- * Pasivo
- * Alternativo
- * De aventura
- * Termal
- * Sol Y Nieve
- * Por afinidad
- * Científico
- * Negocios
- * De incentivo
- * De familiarización
- * De congresos y convenciones
- * De gestión (Político)
- * Especializado
- * Deportivo
- * Activo
- * Cultural
- * Histórico
- * Histórico/Artístico Monumental
- * De arquitectura popular
- * De exposiciones
- * Étnico
- * Étnico Folklore
- * Costumbres y tradiciones
- * Religioso
- * De formación
- * De acontecimientos singulares
- * Lúdico-Festivo
- * Literario
- * Gastronómico
- * Industrial
- * De compras o Shopping
- * Aventura, ecológico
- * De Montaña (deportivo/rural)
- * Verde (con mayor interés científico)
- * Fluvial
- * Rural
- * Agroturismo

- * Residencial
- * Otras clasificaciones de turismo
- * Social
- * Tercera Edad
- * Juvenil
- * Familiar
- * Alternativo

Con relación al Ecoturismo se lo puede definir como:

"Aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible". El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos.

Por lo tanto, el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados a cerca de la importancia de conservar la naturaleza. El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y las comunidades aledañas. El ecoturismo nos permite usar razonablemente los recursos naturales contribuyendo así a la conservación de los mismos. Trata de mejorar la capacidad de las poblaciones locales en el manejo sostenible de pequeñas empresas ecoturísticas de bienes y servicios, y a la vez, incentivarlos al cuidado de los recursos naturales de su entorno en pro del bienestar comunitario.

La nueva corriente turística se dice, es resultado de los cambios en los valores y hábitos de vida ocurridos en las poblaciones de los países desarrollados, que procuran mejorar su calidad de vida (mediante nuevas formas de utilización del tiempo libre y un ambiente limpio). Efectivamente, estas poblaciones con altos ingresos, con más tiempo libre, sometidas a las tensiones y a la despersonalización de las ciudades y de la vida industrial, así como crecientemente preocupadas por mejorar su calidad de vida demandan servicios turísticos en los que encuentren satisfacción a una diversidad de intereses, atención personalizada, destinos vacacionales naturales (exóticos) y un ambiente limpio. Según las encuestas internacionales de 1994, uno de cada dos turistas alemanes, consideraba la calidad ambiental como un elemento esencial en la decisión de su destino vacacional y el 38 % de los turistas ingleses la consideraba como el elemento básico para decidir regresar a un destino vacacional.

De acuerdo a los datos de la OMT, el segmento turístico que actualmente experimenta el más acelerado crecimiento es el llamado turismo "alternativo", es decir el turismo que tiene como destino la naturaleza y que incluye todas aquellas prácticas turísticas conocidas como turismo especializado: turismo de aventura, científico, cinegético, montañismo, campismo, buceo, safari fotográfico, canotaje, espeleología, ecoturismo, etc.

El ecoturismo se ha configurado como una modalidad turística que incluye dos modelos de instrumentación y operación:

1. Un modelo que se desagrega de las prácticas usuales de turismo convencional, es decir, que está conceptuado como una oferta más que se ofrece a los turistas tradicionales que asisten a un destino de la playa, por ejemplo, que así como han escogido un día una excursión ecoturística a una zona de manglares, o una sierra o volcanes, en los otros días pueden seleccionar actividades propias del turismo de masas. En realidad la motivación principal de estos turistas no se relaciona con el ecoturismo este es una opción más para un segmento de mercado masivo, por lo tanto es una variante vinculada con la contemplación de la naturaleza.

2. Un modelo integral que tiene lugar en espacios naturales, de preferencia protegidos, y que son visitados por turistas con motivaciones específicas relacionadas con el funcionamiento de ecosistemas, en términos de actividades y temáticas referidas al aprendizaje y desarrollo personal. Requiere de empresas que cuenten con personas altamente especializadas, conocedoras de la dinámica de los ecosistemas y de funciones que han desempeñado en la evolución de las comunidades con las cuales se relaciona.

El ecoturismo, es el turismo de la nueva generación, regido por un conjunto de condiciones que

superan la práctica del turismo convencional de masas. Las áreas en las cuales se lleva a cabo el ecoturismo desde el punto de vista de la propiedad, pueden ser privadas (granjas para el desarrollo en general o bien con exclusivo carácter ecoturístico) o públicas (reservas de la biosfera pero en casi todos los casos se encuentran protegidas). De todas formas están estructuradas en función de un objetivo esencial, que es el de la conservación y atención a las necesidades de desarrollo sostenido.

Por extensión, el territorio y las actividades deben organizarse de tal modo que se contemplen las siguientes estrategias básicas:

- * El ofrecimiento a los ecoturistas de una **experiencia auténtica**, por ejemplo (conocimiento de mamíferos o especies vegetales) en escenarios que conservan su integridad (ecosistemas naturales) o que están sujetos a una estrategia de desarrollo permanente (ecosistemas agrícolas).

- * La promoción de una demanda que reúna un **perfil** con determinados requisitos, entre los que destaquen: escolaridad avanzada, interés por viajes de contenido cultural.

- * La combinación, dentro de **programas o excursiones**, de diversos temas (observación de aves, identificación de especies en peligro) y actividades (caminatas, cruces de ríos) de bajo impacto ambiental.

- * El diseño y operación de programas de **calidad total** en términos de producto, servicios y experiencias.

- * De preferencia aprovechar la existencia de **ecosistemas complejos**, con abundante y visible vida salvaje para ser apreciada por los visitantes.

- * La generación constante de **información** que facilite la administración estratégica y la evolución de los ecosistemas, la seguridad de los turistas y los asentamientos humanos locales en las cercanías.

- * La formación de **fondos financieros** para proteger las áreas naturales contra la caza, los incendios y otras actividades y fenómenos depredatorios.

- * La definición de avanzados sistemas que reglamenten los **usos turísticos** de los recursos existentes.

- * La integración de las **comunidades locales** con el propósito de consolidar el sostenimiento a largo plazo del ecoturismo en una determinada región, ofreciéndoles opciones laborales en programas de: reforestación, desarrollo de artesanías, agricultura, pesca, ganadería y comercios varios.

- * La **presencia de empresas** (operadores, hoteles) que equilibren el uso turístico con la integridad de los atractivos y que se desempeñen con base en un alto contenido de información dirigida hacia los turistas y sus empleados.

- * La existencia de un sistema de **servicios de apoyo** y de una **infraestructura** que, deseablemente, debe ser de pequeña escala: transportes, carreteras o caminos de acceso, unidades de alojamiento y de alimentación, así como de servicios complementarios.

- * Estrategias de comercialización adecuadas al carácter del ecoturismo, evitando la masificación de su práctica. Aquí la cantidad es contraria a la calidad y son incompatibles. Las estrategias deben enfatizar en la **segmentación del mercado**.

Este surge como una alternativa de recreación que paralelamente promueve la concientización y respeto de los recursos bióticos y abióticos del planeta, constituyendo de esta manera una de las actividades económicas más importantes que ha permitido que un gran número de personas satisfagan sus necesidades de esparcimiento, originando de esta manera un derrame económico importante por ingresos de divisas.

El término ecoturismo empezó a usarse hace poco más de treinta años, y ha sido sujeto de gran debate en cuanto a su definición. Actualmente el auténtico ecoturismo representa una opción viable de conservación del patrimonio natural y cultural de los pueblos, fomentando al mismo tiempo la noción de desarrollo económico sustentable.

Para ser considerado ecoturismo, éste debe de involucrar:

- * Mínimos impactos al medio ambiente.

- * Participación activa de las comunidades locales.

- * Educación para la conservación.

- * Maximizar el derrame económico en la comunidad.

Al convertirse en un medio de vida que permite cubrir sus necesidades económicas, el ecoturismo educa y fomenta que las comunidades que habitan los sitios con riqueza naturales excepcionales se

conviertan en sus más fervientes defensores.

Las actividades del programa de turismo sustentable son las siguientes:

* Coordinar con otros organismos nacionales, provinciales y municipales, planes, acciones y programas vinculados con el desarrollo turístico sostenible.

* Gestionar y administrar los recursos que permitan poner en marcha proyectos que contribuyan a los objetivos del programa.

* Diseñar, coordinar y realizar actividades de educación, sensibilización e información ambiental y sobre modalidades de turismo responsable, para los turistas, los pobladores locales y los agentes de viaje y prestatarios de servicios en destinos de naturaleza.

* Generar foros de intercambio y difusión sobre experiencias de turismo sustentable y buenas prácticas relacionadas con el turismo y el ambiente para multiplicar la concientización y generación de conocimiento al respecto.

* Fomentar el desarrollo de modelos de gestión para el aprovechamiento turístico inteligente de los recursos ambientales en áreas de montaña y zonas de extrema fragilidad ambiental, procurando su articulación con experiencias internacionales de comercio justo y turismo solidario.

* Incentivar y facilitar la adopción de códigos de ética ambiental y turística entre los agentes intervinientes en la comercialización turística, los usuarios y los destinatarios, tendiendo, en un mediano plazo, a instalar la necesidad de obtener la certificación ambiental de los servicios del sector para fomentar la sostenibilidad de las operaciones turísticas.

* Brindar asistencia técnica a los organismos que así lo requieran sobre los temas de incumbencia del programa.

* Establecer contacto con los organismos multilaterales dedicados al tema para conocer el estado del arte en la materia y aquellas experiencias relevantes que permitan enriquecer el marco conceptual y sistematizar comunicaciones para transferirlas a los centros de investigación y otras instituciones relacionadas con la problemática.

Financiación del Turismo Sustentable y el Ecoturismo

Los recursos del FOMIN debieran jugar un rol decisivo en asegurar los resultados de un proyecto definido como sujeto de financiamiento. El éxito del proyecto es el éxito de la inversión con alta rentabilidad social y también comercial.

El encadenamiento de los productos y servicios turísticos fortalecen la oferta y la capacitación de los recursos humanos, con acciones concretas para el desarrollo comercial y la difusión —individual y asociativa—. La formación y mantenimiento de clusters también requiere de la coordinación público-privada para obtener una financiación sostenible.

Las condiciones de la financiación variarán de acuerdo al grado de profesionalización de los operadores, el perfil de los turistas, los servicios de operación y la región geográfica.

Según el caso, el incremento de la competitividad y el acceso de las empresas PYMES, tienen alta repercusión en la oferta de trabajo y en el aseguramiento de prestaciones de la actividad con prácticas óptimas de gestión y conocimiento específico. Adicionalmente, el reforzamiento de los sistemas de certificación, -sobre todo si es internacionalmente acreditable-, fomenta la implementación, mantenimiento y financiación de la actividad turística.

El FOMIN, por lo general apoya propuestas que generan nuevos modelos y metodologías que mejoren las capacidades de gestión de los destinos y contemplan especialmente:

- a) Modelos de alianzas y encadenamientos para la creación de destinos temáticos.
- b) Segmentación de la oferta y nuevos modelos de acceso a nichos de mercado.
- c) Utilización de herramientas geográficas y tecnologías para la planificación de destinos sostenibles.
- d) La gestión participativa e incluyente de los pobladores autóctonos.
- e) Integración de la gestión pública y privada para el ejercicio con éxito de la actividad turística.
- f) Modelos de observatorios y medios de monitoreo de los destinos con sus impactos económicos, ambientales y culturales.
- g) El posicionamiento estratégico de las actividades en el mercado y su comunicación.
- h) El fomento a la financiación a las microempresas y a las PYMES.

- i) La eficiencia en la cadena de valor de los servicios.
- j) La formación y la capacitación de los individuos en la actividad de turismo sostenible.

En los fondos de financiación pueden participar instituciones y organizaciones varias —gremiales, de base comunitaria, etc.—, que tengan un grado de formalización para operar y representar. En algunos casos se solicita que cuenten con cierta cantidad de años en el ejercicio de la actividad y tener capacidad de cofinanciamiento por un 50% del costo total del proyecto.

Con la actividad en crecimiento y expansión, uno de los puntos críticos es la búsqueda de socios estratégicos —experiencia técnica, enfoque innovador, capacidad financiera—, a fin de garantizar la puesta en marcha de los emprendimientos.

Para la financiación de los proyectos sustentables, los **Ministerios de Turismo**, suelen ser un área clave tanto para su puesta en marcha como para la obtención de fondos. Existe cierto consenso en los criterios de evaluación que utilizan, ellos son:

1. Que el proyecto propuesto haya definido una misión y visión claras y un conjunto de objetivos operativos y unas líneas de actuación para su desarrollo.

2. Que el proyecto propuesto haya considerado la realización de análisis y estudios previos como garantía de éxito en su desarrollo (por ejemplo, estudios sociológicos, estudios de perfil de los colectivos beneficiarios, de sus necesidades y expectativas, estudios de oferta y demanda, estudios de riesgos financieros, de legislación aplicable, estudios de viabilidad del producto turístico resultante, identificación de factores críticos, identificación de agentes cooperantes, etc.).

3. Que el proyecto propuesto haya considerado la planificación de actividades, tanto para su desarrollo como para su gestión posterior (por ejemplo, definición de objetivos operativos, establecimiento de actividades, asignación de responsables de ejecución, establecimiento de hitos de control, definición de plazos de ejecución, medición de resultados, etc.).

4. Que el proyecto propuesto se haya desarrollado sobre la base de la cooperación de diferentes actores públicos y privados implicados en la gestión turística social.

5. Que las actuaciones desarrolladas se hayan hecho sobre la base de la cooperación y el diálogo entre los responsables públicos de los distintos departamentos involucrados en la gestión del turismo social (ministerios / entidades de turismo, trabajo, asuntos sociales, juventud, etc.).

6. Que hayan intervenido organismos de financiación y/o cooperación al desarrollo, tanto nacionales (agencias estatales de cooperación) como internacionales (OOII, instituciones financieras multilaterales).

7. Que el proyecto propuesto haya permitido la puesta en valor de recursos turísticos que existían pero no eran lo suficientemente identificables y reconocidos, así como el desarrollo de infraestructuras y servicios que no existían antes en los destinos implicados.

8. Que las actividades desarrolladas en la creación del producto turístico hayan tenido como criterio principal de actuación el de la calidad y sostenibilidad de los recursos del destino en el que se desarrolla (recursos naturales, culturales, patrimoniales, etc.).

9. Que como parte de las actividades llevadas a cabo para la puesta en valor de los productos turísticos creados, se hayan considerado políticas y acciones de distribución y comercialización del producto (creación de centrales de reservas, convenios con AAVV, etc.).

10. Que como parte de las actividades llevadas a cabo para la puesta en valor de los productos turísticos creados, se hayan considerado políticas y actividades de promoción, difusión y publicidad de las oportunidades de turismo social.

11. Que en el ámbito del proyecto se haya previsto una medición y monitorización de resultados económicos y no económicos (por ejemplo, ventas, rentabilidades, reconocimiento de terceros, satisfacción de colectivos beneficiarios, impacto económico en la región, etc.) con una frecuencia adecuada, y se hayan comunicado a la sociedad los resultados.

12. Que el proyecto propuesto evidencie el análisis de los resultados alcanzados, y que muestre la adopción de iniciativas de mejora o de innovación a partir de las conclusiones extraídas.

13. Que el proyecto propuesto haya tenido influencia en el desarrollo y desestacionalización de destinos turísticos, por ejemplo a través de un incremento de pernoctaciones, generación de empleo, ayuda a la viabilidad de pequeñas empresas y desarrollo económico del destino a través de efectos

multiplicadores en otros sectores de actividad.

14. Que el proyecto propuesto evidencie una influencia significativa en el incremento del turismo social en el país.

15. Que el proyecto propuesto haya resultado de una política de turismo social a nivel central o regional, y que haya influido en la creación o mejora de esas políticas (programas de financiamiento a nivel nacional, desarrollo de sistemas de ayudas, búsqueda de fondos internacionales, creación de estructuras de cooperación, incentivos a la inversión, ayudas a colectivos desfavorecidos, etc.).

16. Que el ejemplo propuesto evidencie la realización de estudios de otras iniciativas de turismo social adoptadas en otras regiones o países (estudios de benchmarking) como mecanismo de identificación de buenas prácticas para el desarrollo del proyecto o como mecanismo de aprendizaje para la mejora e innovación del producto turístico desarrollado.

17. Que el proyecto presentado haya sido pionero en su país (por ser el primero o en alguna característica especial innovadora), y por ello haya servido de ejemplo de buena práctica para otros programas de actuación, o bien haya tenido un efecto catalizador en el desarrollo del turismo social en su entorno (potenciando la creación de agentes especializados como por ejemplo agencias de viaje, transportistas).

18. De manera especial, que la puesta en marcha del proyecto haya desarrollado acciones con incidencia en áreas como la reinserción social, formación, educación y sensibilización de los colectivos beneficiarios.

19. Que las actuaciones llevadas a cabo hayan favorecido la integración de las comunidades locales de los destinos afectados, tanto durante el desarrollo del proyecto como sobre los beneficios derivados del mismo.

20. Que el proyecto propuesto haya fomentado el empleo de nuevas tecnologías, tecnologías alternativas o novedosas, o tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC's)

Las cinco áreas claves que componen las tareas relevantes de la evaluación operativa y financiera son:

* **Planificación y gestión del proyecto:** actuaciones llevadas a cabo para concebir el proyecto, el propósito y objetivos perseguidos, la planificación de actividades para llevarlo a cabo, las funciones a desempeñar por los organismos responsables, los sistemas de control y seguimiento empleados, etc. En definitiva, las actuaciones llevadas a cabo para gestionar la experiencia con entidad de proyecto.

* **Cooperación y diálogo:** actuaciones de cooperación, diálogo y coordinación realizadas o promovidas por el organismo que lideró la experiencia con diferentes actores públicos, privados, sociales, etc. del país, para favorecer e impulsar el desarrollo del proyecto.

* **Desarrollo del producto turístico social:** actuaciones llevadas a cabo para proponer un producto turístico conceptualmente adecuado a lo que se conoce como "turismo social", considerando criterios de calidad y sostenibilidad en su creación, la puesta en valor de nuevos recursos turísticos o el desarrollo o mejora de infraestructuras turísticas, favoreciendo el desarrollo económico de los destinos en los que se presta.

* **Promoción y comercialización:** actividades llevadas a cabo para promocionar, difundir y publicitar las oportunidades de turismo social generadas, y para distribuir y comercializar los productos turísticos sociales para hacerlos accesibles a los colectivos beneficiarios.

* **Resultados:** actuaciones realizadas para monitorear y analizar los resultados económicos y no económicos conseguidos como consecuencia de la implantación de la experiencia, para adoptar iniciativas de mejora o de innovación a partir de las conclusiones extraídas.

Indicadores

En la Argentina se ha puesto en marcha el Plan Federal Estratégico de Turismo, en el cual se precisan una serie de indicadores que conforman un sistema para la medición del alcance de metas y la orientación hacia el rumbo prefijado. Estos indicadores, involucran aspectos sociales, económicos y ambientales, siguiendo las pautas de la OMT. Debe mantenerse el esfuerzo para la recolección de datos y el análisis de los mismos, fortaleciendo el registro estadístico y la necesidad de información futura.

Los indicadores no son la única fuente de información, pero proporcionan una descripción significativa de la situación del sector en su evaluación. Se organizan en tipos de indicadores ambientales,

socioculturales y socioeconómicos. La calidad y la sustentabilidad son aspectos transversales que deben contemplarse en los indicadores que se empleen.

Ambientales: Los indicadores de sustentabilidad ayudan a circunscribir problemas relativos al uso de los recursos naturales y al ambiente de un destino. Estarán referidos a los siguientes factores:

- carga turística (la relación entre el número de turistas y la población local);
- la satisfacción del turista con el destino y con el medio ambiente en el destino visitado;
- la contaminación de agua y aire en áreas naturales protegidas y playas (número de días que sobrepasa un estándar);
- la presencia de planes ambientales de manejo en los principales destinos turísticos;
- el uso de energías alternativas;
- el número de accidentes en ruta en temporada alta de períodos vacacionales -indicador de la calidad de la infraestructura turística-, y
- los delitos sufridos por turistas y excursionistas —indicador de los riesgos potenciales para los turistas—.

Socioculturales:

Los indicadores responderán a las preguntas generadas por distintos factores del turismo sobre la vida de las comunidades, como las amenazas a los estilos de vida y los activos culturales, o la participación de la comunidad en los beneficios que genera la actividad turística.

Se centrarán en:

- medidas cuantitativas y cualitativas sobre factores de preservación del patrimonio cultural y arqueológico,
- la participación de las comunidades receptoras en el turismo,
- el grado de aceptación y nivel de convivencia de los habitantes de los destinos con el turismo,
- la lucha contra la prostitución infantil,
- el porcentaje de servicios sociales para la comunidad atribuibles al turismo.

Socioeconómicos:

Los indicadores socioeconómicos han sido definidos en función de su concordancia con objetivos políticos y económicos, y en base a la disponibilidad de series estadísticas. Estos indicadores serán:

- PBI turístico,
- PBI global.
- Llegadas y gastos de turistas: indicadores de desarrollo turístico, con impacto en la generación de divisas, la inversión, el empleo y el equilibrio de la balanza de pagos.
- Pernoctes en hoteles y para hoteles para residentes y no residentes: indicador de la evolución del mercado interno turístico.
- Empleos en hoteles: si bien no se refleja el impacto total de la actividad en el empleo, refleja la situación de una rama de actividad característica

Es pertinente decir que la consolidación institucional, favorece al sector turístico que aumenta el nivel de desempeño y comienza a tener una participación activa en el despegue económico y cultural de un país o región. La sustentabilidad, es lo que propicia que el ejercicio en el futuro de la actividad, dado que hace compatible el crecimiento económico con la conservación de los recursos naturales y culturales, fortaleciendo además la equidad distributiva.

El turismo sostenible, se convierte en un puntal de integración para un país desarrollando en equilibrio el espacio turístico, con destinos y productos actuales y también emergentes, para luego contar con un sistema de incentivos y estímulos para el desarrollo turístico regional.

Con el análisis de datos, la elaboración del plan y la existencia de proyectos se pone en marcha su ejecución. En los aspectos de Organización y Gestión, Desarrollo de la Oferta, Calidad, Inversiones y Financiamiento y Promoción, deben discutirse los inconvenientes y planteos, las posibles soluciones y las ideas fuerzas para llevar a cabo las mismas.

SUBSISTEMAS DECISORES TEMAS GENERADORES IDEAS FUERZA

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN						
Falta de planificación estratégica turística regional	12	Tendencia hacia Entes mixtos y continuidad de políticas	18	Apoyo federal a las articulaciones regionales para la planificación y la gestión integrada		
Falta de visión regional del turismo	5					
Falta de conciencia público-privada	5					
Falta de legislación homogénea y continuidad de políticas	2				Seguridad jurídica y homogeneización normativa y legislativa, y continuidad de políticas	
DESARROLLO DE LA OFERTA						
Falta de políticas de conectividad	5	Creación de nuevos proyectos y productos turísticos integrados Cantidad y calidad de áreas naturales y culturales protegidas Existencia de vías potenciales de conectividad	5	Planificación sustentable de la oferta turística		
Falta de inclusión de las comunidades locales	3				5	Circuitos integrados para una oferta inclusiva y equitativa
					3	Optimizar la conectividad a nivel federal (aérea, fluvia, ferroviaria)
GESTIÓN DE LA CALIDAD						
Falta de conciencia en los distintos sectores	10	Crecimiento de acciones de capacitación y concientización Transferencia desde SECTUR de modelos de gestión de la calidad Apertura para trabajar en red hacia la gestión de la calidad	6	Enredados en la calidad		
Falta de campañas de concientización y capacitación	7				4	Calidad en destinos, nuestro destino común
Falta de asistencia técnica para la implementación de SGC	4				3	Promover el desarrollo de SGC a nivel público y privado Argentina, garantía de calidad
INVERSIONES Y FORMAS DE FINANCIAMIENTO PÚBLICO - PRIVADAS						
Carencia de continuidad y volumen de inversiones en políticas de inversión pública y de reasignación de lo recaudado	13	Contexto favorable para las inversiones y la reasignación de fondos públicos para el sector Voluntad de integración regional y de potenciar redes mixtas para desarrollar inversiones, incubando proyectos sustentables Creciente reconocimiento del turismo y su cadena de valor como actividad productiva	5	- Turismo invierte también su recaudación para crecer - Crédito y fomento, turismo lo devuelve - Turismo receptivo, negocio exportador - Turismo interno, redistribuidor de la riqueza - En Red-Ar los emprendimientos as ventaja competitiva - Turismo promueve inversiones en infraestructura - Argentina destino de jerarquía internacional para la inversión - Una equilibrada distribución en la inversión para el desarrollo turístico federal - Invierta en la puesta en valor del patrimonio para sustentar el futuro		
Falta de legislación de fomento y crédito de inversiones	8				4	
Falta de fondos para investigación y capacitación en formulación de proyectos	6				4	
Falta de planificación de inversiones estratégicas equitativas	4				4	
PROMOCIÓN Y MARKETING						
Falta de integración público-privada	8	Creciente experiencia asociativa público-privada Voluntad política para desarrollar marcas y submarcas Aplicación de la Cuenta Satélite de Turismo	3	Plar Federal, sustento de la marca país		
Insuficiente información sobre mercados y segmentos	5				4	Nuestra fuerza es nuestra diversidad
					3	Integrar nuestra diversidad en submarcas fortalece al país Argentina a la altura de tus deseos

Inversiones

Con relación a las inversiones es relevante la consideración de la distribución de la inversión pública en el desarrollo turístico federal en sus tres niveles presupuestarios: nacional, provincial y municipal.

La participación de la inversión privada también es importante para alcanzar un nivel alto de sustentabilidad considerando el grado de integración de la actividad con la región. Por eso según se mencionó anteriormente, los clusters en la actividad conforman una clara ventaja competitiva. El estímulo de estas inversiones, incrementa la factibilidad y la excelencia del servicio.

El aumento de las inversiones públicas, con financiamiento nacional o internacional son necesarias en las que tienen mayor impacto directo en los diversos componentes del espacio turístico. En el caso de proyectos privados medianos o pequeños, la creación de incubadoras de proyectos se presenta como recomendable, con programas específicos de apoyo en las etapas de preinversión. Por otro lado, se favorece la formación de emprendedores en aspectos técnicos y gerenciales, y la actualización tecnológica en las pequeñas empresas.

En el análisis de inversiones deben estudiarse los desarrollos turísticos por regiones identificando previamente las prioridades y los efectos económicos sociales. Se relaciona así la inversión con el mercado y los productos. Es posible así incorporar otros productos de servicios turísticos o mejorar los

existentes. En la imagen siguiente, a modo de ejemplo, se detallan productos de turismo sostenible en diferentes corredores del país, dividido por regiones.

PRINCIPALES CORREDORES POTENCIALES / PRODUCTOS / MERCADOS										
REGIÓN	CORREDORES	PRODUCTOS TURÍSTICOS						DEMANDA		
		Sol y playa	Turismo activo	Turismo Cultural	Turismo Científico	Turismo Salud	Turismo deportivo	Turismo especial	Nacional	Internacional
BUENOS AIRES	Corredor del Paraná Bonaerense		ALTO	ALTO					BAJO	
	Corredor del Camino del Gaucho		ALTO	ALTO	BAJO				BAJO	ALTO
	Corredor Atlántico Sur Bonaerense		ALTO	BAJO	BAJO				BAJO	
CENTRO	Corredor de los Comechingones		ALTO	BAJO					BAJO	
CUYO	Corredor del Valle del Uco - Malargüe		ALTO	ALTO	ALTO	BAJO			BAJO	ALTO
	Corredor Chilecito - Villa Unión		ALTO	ALTO	ALTO				BAJO	ALTO
LITORAL	Corredor Paraná Inferior		ALTO			BAJO	BAJO		BAJO	
	Corredor Paraná Medio	ALTO	ALTO	BAJO	BAJO	ALTO			BAJO	
	Corredor Sierras Misioneras		ALTO	BAJO					BAJO	
NORTE	Corredor de La Puna		ALTO	ALTO	ALTO	BAJO			BAJO	ALTO
	Corredor Tucumán - Catamarca		ALTO	ALTO	BAJO				BAJO	
PATAGONIA	Corredor Ruta Nac. 40		ALTO	BAJO	ALTO				BAJO	ALTO
	Corredor Neuquén Norte		ALTO	ALTO	ALTO	BAJO			BAJO	ALTO
	Corredor del Valle		ALTO	ALTO			BAJO		BAJO	

A partir del análisis de las posibilidades de inversión, se podría confeccionar una matriz de priorización de productos, regiones y espacios, de manera de conocer los de mayor potencialidad.

- * Se enumeran todos los componentes identificados para cada región.
- * Se cruzan con los productos detectados.
- * En cada uno de los productos se agrega una columna de "otros" para casos especiales a considerar.
- * Se obtiene la suma de productos que cada espacio posee.
- * Se multiplica por su grado de aprovechamiento actual, valorándose como 1 si es alto, 2 si es medio, 3 si es bajo y 4 si es potencial, favoreciéndose con un puntaje mayor los de condición turística más incipiente.
- * Se priorizan por separado los componentes del espacio turístico actuales y potenciales, para evitar la desatención de los espacios de mayor desarrollo actual, que desde luego, también requieren intervenciones con inversión para su fortalecimiento.
- * Se multiplican los valores obtenidos por el tipo de demanda susceptible de atraer: local, nacional o internacional; asignándole el valor 1 a la local, valor 2 a la nacional y valor 3 a la internacional.
- * Finalmente, se aplica la fórmula resultante para determinar el valor de prioridad:

$$\text{Cantidad Producto} \times \text{GAA} \times \text{D} = \text{VP} \text{ (Sumatoria de productos de cada componente)} \times \text{(Grado de aprovechamiento actual)} \times \text{(Tipo de Demanda)}$$

El objetivo de las políticas públicas exteriorizadas en programas y planes, no es tan sólo la ejecución de inversiones estatales, sino el cumplimiento de los objetivos que además de requerir necesidades financieras, debe considerar cuestiones sociales y geopolíticas.

La rentabilidad social de estos proyectos debe ser positiva —al igual que la rentabilidad comercial—, para garantizar así el sostenimiento de las actividades y sus conglomerados en el futuro. Esto supone la financiación adecuada considerando la etapa de la inversión y de la actividad en la región, con tasas de interés, plazos y montos apropiados para su ejecución efectiva. Los inversores —al igual que la comunidad—, sopesarán los riesgos económicos, comerciales y ambientales por el ejercicio de la actividad, en tanto el Estado debe fomentar el aporte económico financiero para la inversión de este tipo de turismo de modo de apoyar la actividad pero también generar capacidades emprendedoras genuinas en los inversores que arriesguen sus recursos monetarios.

Fuentes consultadas

* Castro Álvarez Ulises. Economía de México y Desarrollo Sustentable. México. 2008

* Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España. SEGIB. Buenas prácticas de gestión del Turismo Social. Experiencias Iberoamericanas. Madrid. 2008.

* Román Enrique. La sostenibilidad de los proyectos FOMIN. Costa Rica 2006.

* Secretaría de Turismo de la Nación. Argentina. Plan Federal Estratégico del Turismo Sustentable 2016. Buenos Aires. 2005.

(1) En Kenia, uno de los países africanos más turísticos, es común que etnias autóctonas representen danzas y rituales como atracción para los turistas fuera de su contexto cultural. La artesanía es un ámbito en el que estos procesos se dan con asiduidad: además de cambiar de finalidad (de bien de uso a mercancía), los modelos artesanales se homogenizan según los supuestos gustos occidentales.

(2) En el caso cubano, por ejemplo, si bien las empresas turísticas son mixtas (estado cubano — capital extranjero), los trabajadores que tienen contacto con los turistas (camareros, guías, etc.) suelen recibir, en propinas, varias veces el sueldo medio del país, lo que les ha convertido en un grupo social diferenciado y envidiado.

© Thomson Reuters