

Turismo comunitario: ¿Solución o problema?

Johan Stephanie Ibarra Ramos

CAT Tunal Bogotá – Semestre IX
Administración turística y hotelera

El presente ensayo pretende exponer de forma concisa los problemas y desventajas a los que se enfrentan las comunidades que se sienten interesadas en implementar un modelo de turismo comunitario. Este modelo se ha planteado en numerosas ocasiones como la solución a los problemas relacionados con post- conflicto, desempleo, desplazamiento y apropiación del patrimonio, entre otros. En numerosas ocasiones se ha llegado a calificar al turismo como una “industria sin chimeneas”, el “nuevo petróleo”. Sin embargo, algunas de las investigaciones de estudios de caso que hasta el momento se han realizado, demuestran que las poblaciones que articulan actividades turísticas en sus comunidades, se ven expuestas a grandes retos y, no siempre, logran llegar a punto de equilibrio con sus proyectos; entonces, ¿en que están fallando?

¿Qué es turismo? La OMT lo define como «las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros». Ahora, ¿cómo se clasifica el turismo? El turismo se clasifica en diferentes modelos: fordista o industrial, post fordista y alternativo. El modelo fordista también conocido como turismo de masas, se caracteriza por ofrecer destinos de sol y playa. Este modelo se basa en un sistema de economía a escala donde el trato y atención al cliente son despersonalizados; es depredador con la economía, el medio ambiente y la población local. (Citlalli, 2016, p, 60)



Por su parte, el modelo Post fordista, procura ofrecer una segmentación de servicios, actividades y destinos que buscan un cliente específico, informado y sofisticado. La constante innovación es el ingrediente principal. Este modelo procura un desarrollo sostenible que integra tres vertientes: sociocultural, económica y ambiental. (Citlalli, p. 72)

En lo que concierne al modelo alternativo de turismo, su fin es el individuo en sí mismo. Sus principios son: desmasificación de los productos, sincronización orgánica, maximización de los beneficios financieros y no financieros. De este modelo se desprende el modelo de turismo comunitario. Este modelo de turismo comunitario es una oportunidad de desarrollo para las comunidades, dado que la presencia de elementos naturales y culturales distintivos permite a la comunidad la creación y gestión de productos turísticos innovadores que puedan complementar la oferta existente y determinar una mayor inclusión en

los beneficios de la actividad turística; además, permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades naturales culturales y locales (Blanco, 2008)

Lineamientos de políticas para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia

La Política de Turismo Social “Hacia un turismo accesible e incluyente para todos los Colombianos” expedida en el 2009, plantea en sus ejes temáticos la siguiente perspectiva:

Considerando que el componente étnico y campesino se identifica en todos los grupos de población, para efectos de esta política su enfoque especial se tendrá en cuenta desde la perspectiva de comunidad receptora, que contemple su desarrollo integral y el ejercicio de su derecho al aprovechamiento del tiempo libre y la recreación, a través del turismo; al igual que identifique herramientas para el desarrollo de un turismo social de base comunitario”. (Ministerio de comercio, industria, turismo, 2012)

El turismo comunitario en Colombia se entiende como: “La oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo, en busca de mayor bienestar, desarrollo y crecimiento económico, valorando las características naturales y culturales de su entorno, que les permite prestar servicios competitivos, sostenibles y de calidad”.

Ángeles Inversionistas: Son personas o entidades con amplia experiencia en los negocios, interesadas en promover las iniciativas de emprendimiento y participar de un buen negocio, a través del aporte de capital para las empresas en etapa de formación o consolidación.

De otro lado, el proceso real de empoderamiento de las comunidades debe darse desde el compromiso mismo de las comunidades y de sus líderes

y representantes, no sólo en la firma de convenios y acuerdos de voluntades, sino en el desempeño diario de los actores del emprendimiento, teniendo conciencia de que el punto de equilibrio de estos procesos, no es de corto plazo sino de largo plazo, lo que indica que en la etapa inicial difícilmente se pueden garantizar la totalidad del ingreso familiar de los prestadores de servicios. Pero ello conlleva un trabajo comprometido de aprendizaje continuo, en el cual las comunidades no pueden permitirse caer en “la trampa del asistencialismo”⁸ para superar el punto de equilibrio del negocio.

Fundamentos legales Constitución política de Colombia

Artículo 44, que consagra la recreación como derecho fundamental para los niños y niñas; Artículo 52, que reconoce el derecho a la recreación, el deporte y al aprovechamiento del tiempo libre para toda la sociedad colombiana; Artículo 67, que establece que la educación en Colombia debe formar al colombiano en la práctica de la recreación; Artículo 333, que destaca la función social de la empresa como base del desarrollo; Artículos 350 y 366, donde se contempla la prioridad del gasto público social para que el Estado garantice el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida, como parte de su función social, donde el derecho a la recreación y el tiempo libre son parte fundamental de la misma; Acto Legislativo No. 002 de 2000, por el cual modifica el artículo 52 de la Constitución Política de Colombia, precisando la condición que tiene a la recreación, el deporte y el aprovechamiento del tiempo libre como derecho fundamental que tiene para toda la sociedad colombiana, situación ya expresada por la Jurisprudencia de la Corte Constitucional, Sentencia C-625 de 199;

Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo: Artículo 1, que resalta la función social que cumple el turismo en la sociedad colombiana; Artículo 2, que establece el principio de desarrollo social

que tiene el turismo, reconociéndola como una industria que permite la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, en concordancia con el artículo 52 de la Constitución Política;

Estudios de caso en Colombia

A continuación, se presentan los resultados de dos investigaciones en torno al turismo comunitario implementados en Colombia. El primero Suesca (Cundinamarca), Colombia, Edgar Moreno y Fredy Ochoa. Y el segundo, realizado en las localidades de Ciudad Bolívar, Usme y Sumapaz, zona rural. Bogotá D.C. Colombia Por: Rosalía Burgos y Martha Nubia Cardona.

En el caso de Suesca Cundinamarca: La metodología utilizada fue de tipo descriptivo, partiendo de un análisis con base a cuatro criterios y cinco indicadores derivados de las teorías de desarrollo como expansión de la libertad y la teoría a escala humana, en un caso específico de aplicación del modelo, a partir de la revisión de informes y experiencias de su puesta en marcha. A pesar que no se logró un empoderamiento efectivo de las comunidades de base en la actividad turística de Suesca, si se estableció un proyecto a largo plazo. En estas condiciones el Modelo Cadena de Valor contribuyó al mejoramiento del bienestar de la comunidad vinculada al proceso. Burgos Doria, R. 2016, p 7).

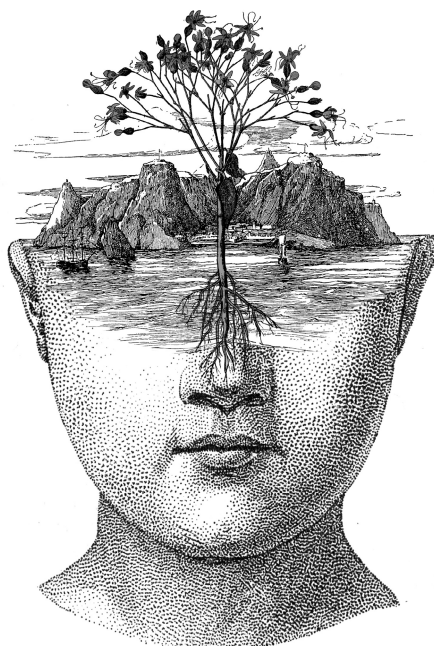
En el caso de las localidades de Ciudad Bolívar, Usme y Sumapaz, zona rural. Bogotá D.C.: En cada localidad se observaron oportunidades, problemas y características particulares, el turismo comunitario es un producto nuevo, por consiguiente, la administración local y la comu-

nidad tiene la coyuntura de plantear estrategias concertadas para el desarrollo de la cooperación horizontal, con ejes transversales comunes a los diferentes sistemas de gestión pública y privada (Burgos Doria, R. 2016, p 7).

Conclusiones

Se evidencia que el modelo de turismo comunitario, es uno de los más desconocidos, y complejos desde su planificación, organización y control, pues supone, un desarrollo sustentable, a la vez que beneficia económicamente a la población local. A la fecha los principales atractivos turísticos nacionales, como PNN, atractivos naturales, culturales e históricos, que tienen reconocimiento y experiencia en el manejo turístico, están en constante adaptación con las normativas propuestas para alcanzar el equilibrio en términos de sostenibilidad. Resulta entonces incongruente esperar que una comunidad sin formación ni experiencia en turismo, diseñe productos turísticos sostenibles.

El modelo de turismo comunitario es una “oportunidad de desarrollo” no un modelo estandarizado que se puede implementar en cualquier población, atractivo o destino. Lo que dificulta aun más su evolución, debido principalmente, a las múltiples variables a tener en cuenta: climatología, cultura, geografía, economía, actividades económicas principales y secundarias, demografía, características sociales y culturales. El modelo de turismo comunitario no es la mejor forma de dinamizar la economía de una población, debido principalmente a que parte de las necesidades de la comunidad, no de la demanda.



La política pública de orden nacional sobre turismo comunitario no incluye elementos como financiación, seguimiento y planes de acción concretos para las estrategias propuestas, por lo que en la práctica son inoperantes, se habla de ángeles inversionistas, que quieren aportar capital en una buena idea de negocio, sin embargo, las comunidades, inicialmente, no necesitan capital financiero, necesitan acompañamiento de gestión profesional en turismo, para luego, decidir si quieren diseñar productos turísticos o no, más aun, cuando es un proyecto que ofrece rentabilidad a largo plazo.

Los estudios de caso llegan a la conclusión de que las comunidades prestadoras de servicios son conscientes de que esta forma de turismo puede generarles riqueza, disminuir los índices de pobreza y crear empleo, pero para ello es necesario que las políticas públicas produzcan procesos de capacitación del talento humano y organización empresarial.

Existen a nivel mundial muchos proyectos de ecoturismo que no cumplen las características y visión del mismo. Muchos operadores turísticos, e incluso gobiernos, utilizan al ecoturismo para definir formas de turismo de naturaleza poco o nada sostenibles, es más se ofrecen numerosas iniciativas ecoturísticas en comunidades indígenas, donde ni siquiera se ha consultado o involucrado a la población local en el proceso, ofreciéndoles beneficios marginales y empleos de baja cualificación, estacionales y mal pagados.

Para terminar, quiero citar a Gonzales apuchi quien dice: “el error de llamar al turismo “industria” se agrava al señalarlo como “sin chimeneas” al tomarse en cuenta la clasificación de las actividades económicas, el turismo no es una industria, se ha manifestado como modelo industrial, se ha industrializado”.

Es posible que el turismo sea una fuente de desarrollo, económica, social y cultural para comuni-

dades rurales, pero no es la mejor ni la más rápida, los problemas que se plantean al implementar modelos de turismo comunitario sin planear y tener en cuenta las necesidades de la comunidad, son más que los que soluciona. ¿será entonces que es una retorica de estado para endulzar los oídos de los incautos habitantes de comunidades rurales?

Referencias bibliográficas

- BLANCO, M (2008). Guía Para La Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un Territorio. Marvin - Grupo Técnico de Apoyo del PRODAR - IICA. [Consultado el 8 de septiembre de 2016] Disponible en: <http://www.territorioscentroamericanos.org/experiencias/Documentos/Costa%20Rica/M.%20Gu%C3%ADa%20turismo%20territorio.pdf>.
- BOULLÓN, Roberto (1989). Planificación del Espacio Turístico. Editorial Trillas. México.
- Burgos Doria, R. (2016). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. Hallazgos, 13(26), 193-214 (doi: <http://dx.doi.org/10.15332/s1794-3841.2016.0026.08>).
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2012). Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia. Bogotá: autor.
- Noguera, V. C. (12 de Diciembre de 2016). *Revista Turismo y Desarrollo*. Obtenido de Revista Turismo y Desarrollo: <http://www.eumed.net/rev/turydes/21/fordismo.html>
- Turismo, O. M. (23 de ABRIL de 2005). *UNWTO*. Obtenido de UNWTO: <http://www2.unwto.org/es>