

**Desarrollo rural y conservación
vs. ecoturismo:
un modelo a revisar**

Marisol Vanegas Pérez

* Ponencia presentada como trabajo de ingreso a la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística, el 7 de diciembre de 2017, en la Universidad del Caribe en Cancún, Quintana Roo.

La iniciativa de trasladar el modelo de turismo, centralizado, uniforme, estandarizado y maximizador de recursos financieros al campo, data en México de poco más de treinta y cinco años y ha tomado fuerza en los últimos años debido a la discursiva alrededor de la importancia del turismo como factor de desarrollo rural y a iniciativas internacionales para obligar a su reflexión.

Sin embargo, lejos de propiciar la reflexión, estas iniciativas han favorecido la aparición de emprendimientos turísticos rurales y legitimado cientos de proyectos, muchos de ellos ahora convertidos en formas tan disímolas que van desde reservas, rutas, productos turísticos rurales, colectivos, hasta algunos pueblos mágicos.

Resulta en buena medida sencillo reconocer sus características: en primer lugar, requieren de grandes recursos públicos para lograr visibilidad, —desafortunadamente por poco tiempo—; en segundo, es común que su desarrollo no esté ligado a los centros urbano-turísticos cercanos ni a sus flujos de visitantes —en otras palabras, ofertas desvinculadas de la demanda y que suponen que sólo por su creación, ésta se desarrollará—; otras características relacionadas con la organización, desarrollo de habilidades, comercialización, y conflictos con los sistemas de certificación son igualmente visibles, pero ninguna tan notoria como su falla principal al no poder dar cuenta de la conservación de la naturaleza que le dio origen.

Este trabajo presenta los principales argumentos y propuestas desarrolladas a lo largo de más de siete años, que permitieron analizar e influir en algunas instituciones federales que promueven el turismo de naturaleza y apoyar la reflexión sobre el quehacer turístico en muchas otras instituciones e incluso en el seno de diversos grupos de investigación. El centro de discusión se encuentra en la dificultad que deriva del tránsito de una economía primaria a una terciaria como el turismo y en el papel que el estado debe desempeñar ante ello.

Es decir, se están trasladando los criterios que subyacen en los subsidios agrícolas no necesariamente productivos a un sector como el turismo en donde ningún otro criterio podría aceptarse; el turismo rural, ecoturismo o de naturaleza se ha convertido en buena medida en un turismo sin turistas.

Así las cosas, la política pública que impulsa el turismo de naturaleza o ecoturismo en México requiere un análisis tanto de los criterios utilizados como de los supuestos que subyacen en sus operaciones, desde el financiamiento, la reproducción de prácticas anacrónicas, la regionalización e incluso la revisión a profundidad del objeto de estas acciones que giran entre el discurso del desarrollo y la modernidad.

Este resulta un tema complejo en el que se combinan planteamientos y perspectivas de por lo menos tres sectores. La agenda del sector ambiental que busca mantener los atributos de los ecosistemas y que aspira a que la población rural ingrese a su causa medioambiental otorgando garantías de conservación de la biodiversidad; en este grupo se encuentran organismos federales como la SEMARNAT, CONAFOR, CONABIO y CONANP, además de muchas ONGs. El segundo grupo lo conforman instituciones federales que han financiado proyectos de ecoturismo, agroturismo, turismo étnico y rural con diversos enfoques que van desde la reducción de la marginación y la pobreza hasta la atención a grupos indígenas y vulnerables. Tal es el caso de dependencias como SAGARPA, FND y CDI. El tercer grupo es propiamente el sector turismo que promueve la atracción hacia espacios naturales a turistas vocacionados por la ruralidad, la cultura y la naturaleza. Este grupo está conformado por la SECTUR y algunas ONGs.

La característica común de los tres grupos es que han aceptado el modelo sin discutir, fomentando sus condiciones y supuestos, así como reproduciendo sus errores.

En lo sucesivo, lograr una propuesta que permita consolidar una política de turismo en zonas rurales con el fin de

conservar los ecosistemas, necesitará de un amplio debate, corrección de muchos errores conceptuales y operativos que han propiciado una idea de falso éxito en los paquetes de inversiones y subsidios, que lejos de acercar a las comunidades a una alternativa económica sustentable con el ambiente, les han generado una amplia frustración y desconfianza hacia las mismas autoridades.

Una política pública efectiva necesariamente tendría que intervenir los dos pilares que sostienen la cadena productiva para proyectos de turismo de naturaleza: por un lado, la consolidación de la oferta —atender, cohesionar y crear redes con los proyectos más capaces hasta ahora financiados— y por el otro, el análisis y articulación de la demanda.

El modelo que se propone tiene como referente el turismo justo, una oportunidad de implementar proyectos de turismo de naturaleza, tomando como eje principal una producción eficiente, sana, duradera y autogestada que como principio fundamental garantice la conservación del entorno al mismo tiempo que mantiene condiciones sanas de competencia.

Parte también del principio de que las redes que se establecen en la cadena productiva turística están más vinculadas con las relaciones comerciales derivadas de los flujos preestablecidos de turismo en centros urbanos distribuidores, que sobre la propia delimitación de las áreas y atractivos pre eminentemente ecoturísticos; este principio otorga a las zonas, alrededor de centros distribuidores, un potencial mayor para la construcción de la cadena productiva que una determinación geográfica, y permite utilizar buena parte de la estructura existente en la cadena productiva tradicional para la cadena productiva de ecoturismo.

Lo anterior es posible dado que los turistas no tienen una conducta exclusiva en un modo experiencial que los ubique como “diversionales” o “experimentales”, por ejemplo, sino que migran entre uno y otro modelo, y entre uno y otro modo experiencial, una suerte de modelo híbrido del cual aún no se escribe nada.

De manera que, el planteamiento a futuro debe considerar un primer acercamiento y es que el contar con recursos, atractivos y patrimonio, no garantiza su conversión a productos turísticos, mucho menos sin que exista una completa dotación de valor a la propia cadena. Poniendo en valor los recursos, el producto tendrá la posibilidad de acercarse a una demanda potencial factible y perfectamente identificada y entonces realizar la producción haciendo viable el desarrollo regional que pretende.

El cambio en el objetivo es significativo, se refiere a transitar de crear sitios o proyectos a contribuir al desarrollo de comunidades, cooperativas y grupos en zonas forestales o costeras mejorando sus capacidades productivas y propiciando la inserción de sus proyectos específicos en cadenas productivas competitivas.

Antecedentes económicos, cambios y supuestos en torno al desarrollo del turismo de naturaleza en México.

En México, diversas dependencias federales tienen entre sus funciones el financiamiento de actividades de turismo de naturaleza, turismo rural e indígena como actividad preponderante o como acción secundaria. Se estima que se destinan más de quinientos millones de pesos al año para el fomento de proyectos turísticos de estas modalidades. Sin embargo, no existe un solo indicador para evaluar el destino de estos recursos en términos turísticos y sólo en muy contados casos algunos de estos proyectos se mantienen. De hecho, existen muchos que se caracterizan por no necesitar de turistas para continuar migrando de dependencia en dependencia.

Cientos de emprendimientos a lo largo y ancho del país gozaron de recursos a fondo perdido de una o más dependencias sin que existiera un padrón único de beneficiarios y un control sobre los proyectos apoyados. Ante ello se creó durante algunos años un grupo de coordinación intersectorial

que terminó desapareciendo ante la falta de una política que unificara los criterios, empezando por los conceptos. Ningún esfuerzo prosperó. Hoy en día hay turismo rural, alternativo, comunitario, indígena, ecoturismo, de naturaleza y cada dependencia continua su esfuerzo aislado de definir, describir y fomentar una morfología diferente de turismo, aunque se trate del mismo grupo y del mismo proyecto.

Los principales supuestos del modelo impulsado por las dependencias de gobierno, y que ha sido ratificado por un sinnúmero de consultores, gestores de fondos y grupos internacionales del sector ambiental, orbitan alrededor de un motor ideológico que excluye a un segmento clave de la cadena productiva, los encargados de la comercialización y creación de los productos turísticos. Estos intermediarios, en ocasiones los únicos conocedores del mercado han quedado excluidos de inicio, como entidades perversas y sustituibles e incluso señalados como representantes de un modelo no deseado. En otras palabras, un reflejo de un imaginario que concibe una suerte de tolerancia hacia el turismo, pero no hacia los turistas o al menos a sus distintos modos de experiencia no presentes en la idealización del papel.

Desafortunadamente, alrededor del principio de orden que excluye la vinculación con la demanda como medular, existe un amplio conjunto de supuestos más, que determinan gran parte de los errores de los subsidios, explica muchos de los fracasos, e, incluso, le restan difusión a algunas prácticas bien intencionadas de muchos actores locales.

Algunos de los supuestos más relevantes son:

El supuesto de la conservación del ecosistema. Basado en que las actividades primarias y terciarias no son necesariamente complementarias y compiten entre sí por actividades, ingresos y factores productivos. Para que los ingresos de proyectos de turismo rural garanticen el cuidado del ecosistema deberían establecerse

garantías de conservación. Incluso, altos ingresos representan una amenaza para el entorno porque se eleva la capacidad de carga.

El supuesto de que cualquier ente intermediario o terciario en turismo es negativo. Se trata de una extrapolación del intermediario del sector agrícola o pesquero. El modelo asume que el productor debe dominar todas las esferas de la cadena.

El supuesto de las capacidades. El sistema no considera el nivel de preparación que hay que lograr para prestar servicios y tampoco distingue diferencias entre turistas y sus necesidades. La coexistencia de actividades agrícolas y de servicios mencionada supone conflicto comunitario y desajuste.

Sobre la especialización. Los retos del turismo, del producto, la calidad que requiere y la prestación del servicio son materia de especialistas, más aún la comercialización y promoción. Los promotores de turismo rural de naturaleza no tienen este perfil.

La factibilidad del mercado. También el turismo de naturaleza, a igual que todos los turismos, está segmentado. El desarrollo de un proyecto turístico de naturaleza, como todos, requiere de estudios de factibilidad de mercado, técnica y financiera.

En este modelo se supone que el contacto “natural” produce satisfacción, estancia y gasto de manera automática sin mediar ninguna estrategia. Por tal motivo, no existe interés en desarrollar mejores productos o servicios sino repetir la fórmula de las cabañas tipo CDI, la tirolesa, el paseo a caballo y el recorrido en bicicleta. Prácticamente no hay emprendimientos en materia de gastronomía, música o experiencias derivadas del perfil.

Con esto quiero decir que se desconoce que el sector servicios pertenece a una esfera distinta; una dimensión diferente

al de dar valor agregado a los productos del sector primario. Así, el desarrollo rural asociado a la conservación de los ecosistemas y a la biodiversidad ha intentado avanzar sin adaptar siquiera el discurso agropecuario de diversificación productiva y cadenas de valor, hacia un modelo híbrido del sector turístico / ambiental, que ni es lo uno ni logra lo otro.

Un modelo incompleto que ignoró variables fundamentales

La revisión detallada de los proyectos impulsados por dependencias federales como CONAFOR, CDI, SAGARPA, CONANP, entre otras, revelaron características interesantes. En principio, las zonas importantes para la conservación no necesariamente coincidían con las propuestas de ecoturismo. Ciertamente desorden ponía en evidencia la inconsistencia e incongruencia de los criterios utilizados para la asignación de los recursos. En síntesis, en la mayoría de los casos los proyectos fueron concebidos y apoyados desde la oferta, ignorando a la demanda.

Otra característica es que se desarrollaron puntos de interés más no encadenamientos productivos. No se desarrollaron circuitos o proyectos complementarios entre sí. Se trataba de crear instalaciones similares que competían unas con otras incluso diseñadas para turismo de volumen y no considerando perfiles de alto gasto. Una forma de repetir la idea de la cual se huye: el mercado masivo de bajo costo.

En un extremo de estas inconsistencias, resultaba paradójico que estos emprendimientos no tuvieran esquemas de conservación o superficies a conservar por fuera de las zonas desarrolladas como turísticas.

El gran ausente en todos los esquemas de financiamiento de turismo de naturaleza, alternativo o rural ha sido ciertamente la incorporación de la demanda del turismo en la fórmula. No existen mecanismos de atracción de turistas, motores de

reservaciones, acuerdos comerciales para circuitos, excursiones, rutas que integren a productores que le apuestan a la conservación y a la complementariedad productiva.

Lo que hasta aquí podemos asegurar es que, sin duda, los mecanismos por los cuales se ha intentado promover el turismo rural y de naturaleza en México desde estas dependencias ha provenido de unas políticas fallidas en las que quizás muchos habitantes siguen depositando sus esperanzas no tanto por la llegada de turistas como por la permanencia del subsidio.

Por lo pronto y hasta ahora, sin hacer ninguna corrección a los supuestos que encarna la política vigente, son muchos los que mantienen la aspiración del ecoturismo como solución a la marginación rural y a la conservación de la naturaleza. Quizás por eso mismo, y sin mediar ninguna consideración sobre las condiciones sociales y económicas del campo mexicano, es que persiste la visión utópica de reproducir la experiencia del ecoturismo de Costa Rica o quizás es ese mismo imaginario lo que detonó esta fallida intención.

La transformación hacia el modelo de turismo justo

Los impactos generados por el modelo de desarrollo turístico de México han sido estudiados y medidos por mucho tiempo. Bien se sabe de sus beneficios macroeconómicos, de su alto déficit en materia de protección ambiental y del bajo beneficio social que genera la actividad como tradicionalmente se lleva a cabo.

Sin embargo, en los últimos años se ha abierto una discusión muy interesante acerca de cómo cambiar este modelo de desarrollo turístico incluyendo algunas metodologías que han tenido éxito en otros sectores económicos, y que han mostrado que, aunque a una escala pequeña, es posible lograr un cambio en estos modelos de desarrollo y comercialización.

Una de las más interesantes ha sido la adopción de criterios de comercio justo aplicados a turismo que a pesar de no ser un término nuevo, ha tomado fuerza en los últimos años debido al papel que las organizaciones tienen en la promoción del mismo.

Este movimiento social y pauta económica propone un esquema diferente de comercialización de productos, en especial aquellos ligados con la naturaleza y la base comunitaria referente que sin duda debe considerarse para completar e integrar las oportunidades y mecanismos asociados a la demanda. Existen diversas definiciones de comercio justo dadas por distintas asociaciones a nivel internacional, aunque probablemente una de las más extendidas y comúnmente utilizadas sea la de la Asociación Internacional de Comercio Justo (IFAT, por sus siglas en inglés) que lo define como: “Una relación de intercambio comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente del Sur”.

El IFAT plantea que para que las Organizaciones de Comercio Justo puedan considerarse como tales, deben seguir diez estándares en su operación diaria:

1. Creación de oportunidades para productores en desventaja económica
2. Transparencia y rendición de cuentas.
3. Construcción de capacidades para los productores.
4. Promoción del comercio justo y mayor justicia en el comercio mundial.
5. Pago de un precio justo.
6. Equidad de género.
7. Condiciones de trabajo en un entorno seguro y saludable.

8. Trabajo infantil no permitido, o en su caso, restringido y vigilado.
9. Promoción de mejores prácticas ambientales.
10. Relaciones comerciales basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo.

En la actualidad, se puede decir que el concepto de Comercio Justo se encuentra ya entendido y consolidado, especialmente en los consumidores de los países más desarrollados.

El papel de los consumidores también es muy importante en la consolidación del comercio justo. A nivel internacional, los consumidores cada vez toman más conciencia de los temas relacionados con el comercio justo, así como de los impactos negativos de la globalización como son las condiciones de trabajo y la diferencia que un consumo responsable puede generar en las organizaciones de productores locales.

Ante la necesidad de establecer nuevas estrategias y cambios en el modelo de comercialización de productos de naturaleza y rural, diversas organizaciones han iniciado la búsqueda de esquemas de comercialización más equitativos que puedan ser aplicables al turismo.

En 2006, la OMT organizó, en conjunto con el gobierno de Málaga, el Primer Encuentro Internacional de Turismo Justo, donde se evaluaron diversas aportaciones en la materia.

Parte importante de este encuentro fue la definición del concepto de turismo justo que, puede entenderse no como una modalidad de turismo (como en los casos del ecoturismo, el turismo responsable o solidario), sino como un “sistema de producción de servicios turísticos en el que existe una distribución equitativa del valor añadido generado por la actividad”.

Dicho documento estratégico menciona que el turismo justo tiene un carácter multidimensional, abordando principalmente lo comercial, económico, ético, educativo, político

y sostenible; que a su vez permite a los actores participar en el proceso de toma de decisiones y comercialización de sus productos, es decir, que no puede haber imposiciones, indica que debe haber un valor añadido en las negociaciones que debe ser repartido entre los beneficiarios, resalta que es importante el respeto a las condiciones de desarrollo humano y laborales, añade que es necesario incorporar prácticas de sustentabilidad y de participación democrática y que todo este proceso circunscribirse en un autoaprendizaje por parte de los involucrados en el desarrollo del turismo justo.

Uno de los compromisos de este Primer Encuentro Internacional de Turismo Justo, fue la redacción y publicación de una declaratoria de intenciones conocida como Carta de Málaga, en la que se exponen los motivos, la declaratoria y el compromiso de cada uno de los actores por trabajar en la consolidación del turismo justo, y que sirve como marco de trabajo hacia el futuro de la actividad a nivel internacional.

Los principales compromisos adoptados en esta Carta de Málaga y sobre los cuales se empezarán a desarrollar acciones son los siguientes:

1. Reconocer que el turismo puede ser un verdadero motor del desarrollo.
2. Definir al turismo justo como cualquier actividad turística donde participan agentes locales, existiendo una distribución equitativa y transparente del valor añadido y asumiendo los principios de sostenibilidad.
3. Proponer la adopción de compromisos claros de organismos multilaterales y administración central, la administración regional y local, los agentes e intermediarios turísticos, las comunidades locales, las organizaciones sociales y las universidades para el desarrollo del turismo justo.
4. Adoptar en un futuro medidas concretas en sus planes de trabajo para desarrollar los compromisos adquiridos.

Bajo el esquema de turismo justo, el turismo de naturaleza debe ser una alternativa al proceso del desarrollo rural que implique la aplicación de una política de gobierno que regule, norme y promueva las zonas de atracción turística y dé facilidades a través de programas permanentes para los operadores en ámbitos como capacitación, financiamiento, promoción y comercialización.

En definitiva, el desarrollo de la oferta requiere de capacitación, formación de grupos, preparación de actividades, sin embargo, esto no es suficiente si no se cuenta con los sistemas de comercialización que aseguren la afluencia de turistas hacia las zonas turístico-rurales.

Uno de los aspectos más importantes para poder poner en marcha la integración de proyectos en una región es definir bajo qué estándares van a ser incluidos los proyectos a comercializar y también bajo qué criterios se debe trabajar para cumplir los objetivos de la iniciativa.

Uno de los aspectos principales por lo que los proyectos de turismo rural y de naturaleza no han podido consolidarse en el país es la falta de cumplimiento de criterios mínimos que, por un lado, aseguren la sustentabilidad del proyecto y, por otro lado, aseguren la satisfacción mínima de necesidades del turista.

En los últimos años se han desarrollado una serie de certificaciones y esquemas de cumplimiento de criterios a nivel global y nacional que buscan cubrir estas limitaciones. En el caso de proyectos comunitarios y rurales es aún más difícil poder acceder a certificaciones ya sea por el costo o por que muchas veces no hay estructura y capacitación adecuada.

La referencia global actual más importante en este tema son los Global Sustainable Tourism Criteria, que no precisamente son un sistema de certificación sino una alianza promovida por Rainforest Alliance, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), la Fundación de

las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo (OMT) que han trabajado para llegar a una definición común de turismo sostenible y para promover la adopción de principios universales.

Lo interesante es que estos criterios representan los principios mínimos de sostenibilidad a los que una empresa turística debe aspirar para proteger y conservar los recursos naturales y culturales al tiempo que asegura que el turismo cumpla con su potencial como herramienta para aliviar la pobreza.

Por esta razón, a continuación, se presenta la propuesta de criterios, es decir, lineamientos mínimos deseables que cualquier proyecto que desea ser comercializado pueda verificar y que idealmente cualquier agencia integradora puede implementar.

Los lineamientos se desarrollan en siete apartados, y se dividen en obligatorios y deseables. Los requisitos obligatorios deben ser cubiertos de manera obligatoria y verificados en cada uno de los proyectos. El cumplimiento de los deseables aporta mayor valor a los proyectos. Los siete apartados son Planeación, Normatividad, Organización, Calidad, Medio Ambiente, Sociedad e Información interna y externa.

Nuevamente, las iniciativas para organizar a las comunidades se vuelven una misión imposible si no se proponen novedosos esquemas de comercialización especializados, capaces de traducir el producto a la demanda del mercado y de desarrollar poco a poco mayores capacidades microempresariales en los beneficiarios.

El modelo de turismo justo reconoce en la comercialización la clave para el éxito de productos turísticos enfocados a la conservación y desarrollo de la población rural. Otro factor detonador es desarrollar agencias integradoras de proyectos, que contemplen modelos híbridos que trabajen los supuestos y los resuelvan, pero sobre todo reconocer e impulsar esquemas de estandarización de los servicios y de certificación

con criterios que atienden la demanda de estos segmentos de mercado tan especializados.

Existen pocos casos de éxito empresarial y de conservación de los ecosistemas a partir de las políticas públicas que han impulsado el turismo rural y el ecoturismo, sin embargo, es tarea permanente que académicos, empresarios, funcionarios y expertos de turismo continuen identificando soluciones para mejorar las condiciones del sector.

Hagamos que sirva.