

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS  
POSTGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS  
CENTRO DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y SOCIALES DE AMÉRICA LATINA  
(CEPSAL)  
MÉRIDA-VENEZUELA

POLÍTICAS PÚBLICAS, TURISMO E INCLUSIÓN SOCIAL:  
HACIA UN PROGRAMA ACTUAL DE TURISMO DE BASE COMUNITARIA EN  
VENEZUELA

www.bdigital.ula.ve

DONACION

SERBIULA  
Tullo Febres Cordero

Autora: Leritza Hernández  
Tutor: Juan Pedro Espinoza A.

Septiembre/2012

*El turismo es una noble actividad, que no sólo es económica, sino también cultural y social, pues propicia el entendimiento, la amistad e intercambio entre individuos, grupos, ciudades y naciones*

*-Manuel Ortuño Martínez-*

[www.bdigital.ula.ve](http://www.bdigital.ula.ve)

## RESUMEN

El turismo es visto hoy como la actividad económica que más crece en el mundo. Su potencial generador de trabajo y renta, la cantidad de recursos traídos por los viajeros para un determinado destino y el número cada vez mayor de personas que viajan son indicadores que demuestran el incremento del sector. Venezuela, con toda su riqueza natural y cultural, ofrece grandes posibilidades en el sector turístico, ayudando a promover los desarrollos local y regional, capaces de amenizar las desigualdades sociales del país. Sin embargo, para la realización de ese potencial es imperativa que sean establecidas nuevas formas de planificación y gestión en el ámbito de las políticas públicas para que la actividad cumpla tal papel. En los últimos años, el desarrollo del turismo en Venezuela poco ha contribuido para la inclusión de las comunidades locales, lo que causa grandes impactos de orden socio-ambiental, muchas veces irreversibles, además de la pérdida considerable de la identidad cultural. Asumiéndose que la inclusión social no se da espontáneamente, se propone, en esta investigación, que el concepto de turismo de base comunitaria sea un elemento que sirva de directriz para la reglamentación del sector.

Palabras claves: Turismo, Políticas públicas, Inclusión social

# ÍNDICE

Resumen	
Introducción.....	1
Capítulo I.- Aproximaciones en torno al concepto de turismo.....	5
1.1.- El turismo en la historia.....	6
1.2.- Por un turismo con más viajes.....	19
1.3.- Consideraciones finales.....	24
Capítulo II.- Política y Planificación turística.....	27
2.1.- Lo sustentable del turismo.....	27
2.2.- Política y planificación.....	31
2.3.- Planificación en turismo.....	32
2.4.- Una breve reseña histórica de la planificación turística.....	34
2.5.- Métodos de planificación turística.....	37
Capítulo III.- ¿Quiénes son los beneficiados con el incremento del turismo?.....	49
3.1.- La Política pública de turismo en Venezuela: una aproximación.....	50
3.2.- ¿Desarrollo para qué?.....	59
3.3.- El turismo de base comunitaria.....	63
3.4.- Ecoturismo comunitario sustentable en Venezuela: No es utopía, es realidad... ..	68
3.5.- Consideraciones finales.....	72
Capítulo IV.- Hacia programa nacional de turismo base comunitaria.....	74
4.1.- Algunas consideraciones sobre el Plan Nacional Estratégico de Turismo 2009-2013.....	76
4.2.- Hacia un Programa Nacional de Turismo de Base Comunitaria.....	86
Conclusión.....	94
Bibliografía.....	96

## INTRODUCCIÓN

Como base en el potencial generador de trabajo y renta en escala local y sintonizada con el discurso de la sustentabilidad, la industria del turismo viene reivindicando las políticas públicas específicas para dicho sector.

Líneas especiales de crédito y los incentivos fiscales en la implantación de complejos hoteleros son sólo algunos de los aspectos que llevan buena parte de los recursos públicos para los empresarios turísticos, así como la perspectiva del incremento de las ganancias sociales supuestamente promovidos por el turismo. Sin embargo, las estadísticas y el discurso oficial enmascararon los daños ambientales y socioculturales a escala local provenientes de la mala planificación de esta actividad.

Entre los aspectos negativos más evidentes están la degradación ambiental y paisajística, la generación de sub empleos y empleos temporales y el abandono de puestos tradicionales de trabajo. El aumento no planeado en el flujo de visitantes de las localidades turísticas en la *alta* temporada han generado durante años un daño al entorno que se toma como destino.

Las iniciativas implantadas basadas en el modelo "*all inclusive*", no dependen de una relación entre visitantes y la comunidad receptora y, aún así, pueden causar verdaderos desastres ambientales.

Según Seabra (2001), desvirtuando el propio concepto de turismo ecológico, los mega-emprendedores eco-turísticos intentan masificar una actividad que tiene todos sus pilares de sustentación en la base "*ecológica, social y holística, siendo asequible a seres con respeto por el medio ambiente, la eliminación o reducción de la pobreza, la implantación de programas eficientes, rescate y el fortalecimiento de la cultura local, la creación de puestos trabajo y valorización del trabajo ya existente*" (p.34).

Sin embargo, la creciente importancia de los aspectos económicos en la conducción de las políticas nacionales viene exigiendo que otros sectores tengan más creatividad para, con menos recursos, consigan atender las demandas sociales existentes.

Por su carácter multifacético, capaz movilizar decenas de sectores productivos, el turismo viene confirmándose como un tema difícil de ser tratado por sólo un órgano de la administración pública. La influencia de otras políticas públicas, como las de transporte, fiscales, de salud, trabajo, educación entre otras, evidencia la necesidad de tratarse el turismo de forma transversal.

La cuestión radica respecto al modelo de desarrollo que se pretende y eso envuelve todos los sectores de la administración pública, de las políticas económicas y las sociales, configurando una verdadera política de desarrollo con ejemplos donde la administración pública del turismo sea hecha de forma transversal y puedan ser varios países del mundo en los que el sector tiene gran importancia en el PIB.

Por tanto, en esta investigación se toma la idea base para presentar los posibles rumbos que sean tomados por las políticas de desarrollo turístico en Venezuela. Si hay realmente un interés en sus políticas de promover la inclusión social a través del fortalecimiento del sector turístico, y algunos rasgos que deben ser llevados en consideración. Tales como la discusión sobre “quienes son los beneficiados con el incremento del sector” que es un eje fundamental dentro de la investigación.

Para una mejor comprensión del trabajo se ha estructurado la investigación en cuatro capítulos y una síntesis conclusiva, a saber: el primer capítulo se hace un recorrido histórico-conceptual para comprender como se dio la evolución del turismo en la historia, cual es su estado actual y cuáles son las tendencias de desarrollo del sector, para ello, se tomo como referencia la clasificación presentada por el investigador mexicano Molina (2004) en su libro “El post-turismo”, a partir de allí, fue posible trazar los caminos recorridos del sector turístico el último siglo, así como entender los cambios que están en curso.

De igual modo, se hace algunos paralelos entre el desarrollo del turismo y el contexto mundial en el cual él ocurría, destacando las principales influencias y el código conceptual de la época. Así mismo, con el soporte teórico ofrecido por Molina y con las contribuciones del profesor Urry fue

posible apuntar algunas tendencias que indican una actividad turística en que la relación entre visitantes y visitados se da de forma más efectiva y auténtica al cambio en el modo en que la demanda turística encuentra eco en la antropología filosófica de Martin Buber, que –a través de su ontología relacional– contribuye para la comprensión y la importancia de la relación entre visitantes y visitados en un posible proceso inclusión social a partir del turismo.

En el segundo capítulo, se busca destacar la importancia de la planificación turística estratégica e integrada, enraizada en la comunidad local, como un potencializador de los beneficios generados por la actividad. En ese sentido, las discusiones relacionadas con la planificación turística pasa por la comprensión de la necesidad de pensar el desarrollo bajo la óptica de la sostenibilidad. Algunas implicaciones reflexivas de esa relación son apuntadas en ese capítulo.

Revisando referencias teóricas entre autores como Hall, Hughes, Getz entre otros, se realiza una aproximación histórica de la planificación turística pasando por algunos métodos utilizados a partir de la segunda mitad del siglo XX. Al final del capítulo, se busca trazar, en líneas generales, un abordaje sustentable de planificación turística, articulando las políticas públicas y el desarrollo local.

En el tercer capítulo, se revisa y refleja lo apuntado en los dos capítulos anteriores con el objeto de realizar un análisis del desarrollo turístico que viene siendo implementado en Venezuela en los últimos años. Con el soporte de autores antes mencionados y normativas del gobierno, se presenta una política de turismo en curso, donde la búsqueda permite que algunos de sus impactos en las comunidades se generen en el radio de influencia de los proyectos que se mencionan.

Teniendo como referencia el concepto de desarrollo “como libertad” de Amartya Sen, se busca los resultados y las principales acciones del proceso de aprehensión del turismo más allá de un aspecto meramente económico sin tomar en cuenta los beneficios de abordar multidisciplinariamente la cuestión del turismo enmarcado en la inclusión social como políticas públicas.

En el cuarto capítulo que se hace una propuesta alternativa al modelo vigente de una política de incentivo al turismo de base comunitaria como guía de trabajo interno en las políticas públicas. El concepto es más detalladamente con el apoyo teórico de Sansolo, Irving y Hatton, que permiten a comprender los cimientos de esa propuesta de gestión, planificación, fomento e implementación del turismo.

Finalmente, presentamos una conclusión haciendo un esbozo general de las ideas expuestas en esta investigación y aportando algunos posibles caminos que puedan generar otras investigaciones en el área. Por tanto, el presente trabajo es el resultado de inquietudes orientadas al desarrollo de la organización del turismo venezolano enmarcado en las políticas públicas actuales de inclusión.

[www.bdigital.ula.ve](http://www.bdigital.ula.ve)

## **CAPÍTULO I.- APROXIMACIONES EN TORNO AL CONCEPTO DE TURISMO**

En la actualidad se ha hablado mucho sobre el potencial de la actividad turística y en la promoción de la economía en las regiones donde se instala. Las estadísticas realizadas (OMT, 2001: 35-44) ofrecen prometedoras ofertas a los gobiernos de todo el mundo a que inviertan para el incremento de dicha área.

Así, las experiencias a nivel mundial, enfocan a la industria del turismo como necesaria y, además, beneficia en el incremento del empleo, la renta y en la preservación del medio ambiente natural y cultural.

Para Sansolo y Cruz (2003), el mundo globalizado contemporáneo, donde el desempleo es estructural y el crecimiento de la pobreza y de las injusticias sociales es visible, el sector de servicios (entre ellos, el turismo) puede generar alternativas para el desarrollo socioeconómico de muchas sociedades.

Sin embargo, el turismo no es una panacea para las distorsiones que el modo de producción capitalista industrial presentó a lo largo de los tiempos, pero se ha planteado que con las diversas políticas sociales y económicas actuales puede ofrecer caminos para el desarrollo local, donde el perfil de los turistas está en transición y no definirlos como una masa de demandas homogéneas.

Es, en esta diversificación de la demanda, que se puede vislumbrar un cambio en las relaciones entre visitantes y visitados, un aspecto crucial que se debe ahondar para pensar la actividad turística como contribución en la inclusión social.

En este sentido, el desarrollo del turismo a lo largo del tiempo permite una mejor comprensión del fenómeno turístico contemporáneo; para ello, se hace necesaria una referencia en cuanto a sus orígenes.

## 1.1.- EL TURISMO EN LA HISTORIA

Existe una gran diferencia entre los viajeros y otros tipos de desplazamientos realizados por el hombre en el transcurrir de su andar. Según la Organización Mundial del Turismo (2001), el turismo viene a ser aquellas *“actividades realizadas por las personas durante sus viajes y estancias en diferentes lugares de su entorno habitual por un periodo consecutivo inferior a un año, ocio, negocios u otros”* (p.3).

Según Seabra (2001: 67-72) se puede identificar una aproximación a esta noción ya en la Grecia Antigua, la génesis del fenómeno, cuando grupos de personas se desplazaban para asistir a los juegos olímpicos y otros festivales públicos y religiosos; el auge del Imperio Romano y la Pax Romana posibilitaron el desplazamiento de un gran grupo de viajeros a través de las carreteras de buena calidad implantadas por todo el Imperio. Aún, durante el periodo de decadencia del Imperio Romano y las invasiones bárbaras, los viajeros cruzaban el interior de Europa rumbo a centros religiosos, como Roma, Jerusalén o La Meca. La primera guía turística registrada fue elaborada por el francés Aymeric Picaud de cómo llegar a Santiago de Compostela, teniendo Francia como punto de partida.

Ya en la Edad Media, hubo una reducción acentuada en los desplazamientos de personas en virtud, principalmente, de la fragmentación del territorio en feudos. Con el advenimiento de las cruzadas y el renacimiento del comercio entre Europa y el Oriente resurgió la curiosidad de conocer tierras lejanas (Seabra, 2001:13). Dicha curiosidad, unida a las crecientes comercializaciones de la época hizo que, años más tarde, algunas naciones europeas salieran al mar rumbo a las riquezas del nuevo mundo, que por supuesto, no pueden ser clasificados como viajes turísticos en virtud de su carácter mercantil, colonizador y bélico.

En este sentido, Molina (2003) clasifica tres etapas de desarrollo de la actividad turística: el pre-turismo, el turismo (este subdividido en primitivo, maduro y post-industrial) y el post-turismo. En esta clasificación, el autor prefiere no vincular las etapas de desarrollo del turismo a periodos definidos,

pues entiende que esa categorización se hace teniendo como conceptos y prácticas que pueden ocurrir simultáneamente (MOLINA, 2003).

### **A) El pre-turismo**

El pre-turismo tiene como su exponente máximo el Grand Tour, práctica originada en Europa, se hizo muy común entre los hijos de familias adineradas durante los siglos XVII y XVIII. Estos jóvenes, terminaban sus estudios con un viaje alrededor de Europa, donde entraban en contacto con la cultura y las tradiciones, la historia, la política y las artes de los países. Según Barretto (1998):

...cuando el concepto de turismo surge, en Inglaterra, el siglo XVII, no está referido a una práctica de ocio, pero sí a la necesidad de conocer otras culturas, de conocer modos de vida, de experimentar el contacto con otros lugares, de observar obras de arte que no tengan similar fuera de Italia, por ejemplo, de mantener contacto existencial con la región mediterránea que había sido la cuna de la civilización greco-romana." (p. 134)

Desde el punto de vista organizacional, vale destacar que no existía una estructura muy compleja de soporte. El joven viajero era acompañado de algunos siervos y de un tutor de alta confianza de la familia, responsable también por la logística y por la parte financiera del viaje.

### **B) El turismo industrial**

La Revolución Industrial representa el hecho más importante para la comprensión del fenómeno turístico en su versión moderna<sup>1</sup>. Fue a través de los avances tecnológicos de la nueva sociedad que, por primera vez, los desplazamientos humanos ganan una característica de *turismo*. Con la ampliación de la vía ferroviaria, fundamental para los viajes domésticos e intracontinentales, y la construcción de los grandes navíos a vapor capaces de atravesar océanos, la industria del transporte cambia de nivel y pasa a ser accesible a un mayor número de personas.

Por su parte, las nuevas tecnologías también cambiaron el paisaje de

---

<sup>1</sup> El turismo industrial también es llamado por algunos autores (Barretto (1998); Seabra (2001); Urry (2001); entre otros) de turismo moderno.

los grandes centros urbanos de la época. Las ciudades industriales, con sus escenarios grisáceos, ya no presentaban la calidad vida de antes. Como alternativa a ese nuevo modelo de sociedad, las personas pasaron a valorar los ambientes naturales, como las regiones montañosas y litorales para sus momentos de descanso.

Según Krippendorf (1989), las personas ya saturadas de vivir en una sociedad fundamentada en el consumo de productos pasteurizados, encontraron en el turismo la forma ideal como fuga del cotidiano. Los viajes, incentivados por la huída del trabajo rutinario y repetitivo, constituían la forma más rápida y práctica del recuperarse del *stress* causado por el medio urbano.

En este contexto, surgen los primeros hoteles urbanos y hay un gran desarrollo de los costeros en el mar Mediterráneo. Lo que antes era una actividad educativa, circunscrita a una clase social más acomodada, pasa a ganar un carácter recreativo y de ocio para la clase trabajadora.

En esa primera fase de ampliación de los flujos turísticos, el llamado turismo industrial primitivo (Molina, 2003), surgen las primeras empresas encargadas de organizar y operar viajes. Contando con una estructura organizacional elemental, las primeras de agencias viajes aún no ofertaban una gama de servicios diversificada.

Existe una cierta polémica en cuanto a la fundación de la primera agencia de viajes. En 1863, Stangen fundó en Breslau, Alemania, lo que muchos investigadores creen sea la primera empresa orientada hacia la realización de viajes. Por otro lado, también se afirma fue el italiano Galignani quien creó, en París, lo que sería la primera agencia de viajes; en todo caso, relatos históricos dan cuenta de que la agencia Stangen organizó y preparó la primera vuelta al mundo con finalidad y carácter turístico en 1878. (Molina, 2003)

En la segunda mitad del siglo XIX, aparece en la historia del turismo un pionero que sería mundialmente conocido y cuya agencia opera hasta los días de hoy: Thomas Cook, que fue el primero en organizar un viaje con una serie de servicios incluidos, a partir de un único precio pagado por los clientes.

El turismo nació y se desarrolló teniendo como principal soporte el modo capitalista de producción. Por ser una actividad del sector de servicios y por no ser considerado artículo de primera necesidad, el turismo sufrió – y aún sufre– con las crisis a lo largo de la historia. Guerras y revoluciones, inestabilidades sociopolíticas, desastres naturales o provocados, crisis económicas, epidemias y otros tipos de conflictos sacuden seriamente el flujo turístico (Trigo, 2002).

En la primera mitad del siglo XX, conocemos un periodo de gran de impacto de esos conflictos. La 1ª Guerra Mundial, la Revolución Rusa, la profunda crisis económica instaurada en el mundo después de la quiebra de la bolsa de Nueva York, el ascenso del nazi-fascismo en Europa, culminando en la 2ª Guerra Mundial, fueron hechos importantísimos en el estancamiento, disminución y, en algunos momentos críticos, interrupción del flujo turístico mundial.

Al final de la 2ª Guerra Mundial se inaugura un momento único en la historia. Las naciones capitalistas reconstruyeron sus territorios y, con el apoyo financiero norteamericano, resurgieron económicamente. En las décadas que se siguieron, hubo un crecimiento asombroso, y el nivel de consumo mundial mantuvo la economía en ascenso. Con el cuadro sociopolítico y económico más estable, el ambiente era propicio para el resurgimiento del turismo.

El periodo de la posguerra inaugura, entonces, lo que Molina (2003) llama de turismo industrial, o sea, la fase de afirmación del turismo como un verdadero movimiento de masas industriales. La industria de la aviación comercial se desarrolló y, rápidamente, superó los cruceros marítimos como preferencia del turista, principalmente debido a la reducción del tiempo de viaje por la alta velocidad de las aeronaves. Con eso, las agencias y operadoras de viajes, así como las compañías aéreas, se multiplicaron y descubrieron los paraísos tropicales latino-americanos y asiáticos.

Las conquistas sociales, como el derecho a vacaciones, al 13º salario (bono), la limitación del tiempo de trabajo, la jubilación, además del aumento salarial, también contribuyeron para el incremento del sector. Las llamadas

leyes laborales hicieron posible, a una parte creciente de la población, el uso del tiempo libre en viajes de turismo. La clase trabajadora fue fundamental para caracterizar la actividad turística como un fenómeno social de masa, una vez que dinamizó el flujo turístico doméstico e internacional.

El cuadro a continuación fue presentado por Molina (2003) con base en datos de la Organización Mundial del Turismo. En él es posible tener idea del *“impresionante crecimiento ininterrumpido a partir de la década de 1950, pasando de 25 millones de turistas internacionales hasta más de 600 millones en la década de 1990”*.

#### Llegadas de turistas mundialmente al año

Año	Llegada (Millones)	Variación (%)
1950	25.282	—
1960	69.320	174,2
1970	165.787	139,2
1980	287.787	73,6
1990	458.357	59,6
2000	699.000	52,5

Fuente: Organización Mundial de Turismo, citado por Molina (2003)

La gran empresa de la expansión del turismo en las primeras décadas de la posguerra fueron los destinos relacionados al binomio sol y playa. Con base en la integración del eje operador-avión-hotel-playa, millones de personas recogían anualmente huir del frío durante los inviernos en el hemisferio Norte en balnearios localizados más al sur.

En las décadas del 50 y 90, las llegadas internacionales a los espacios latinoamericanos crecieron cerca de 2.300 %. El turismo interno en las principales ciudades latinoamericanas y del Caribe también presentó un incremento relevante, llegando a registrar más de 5 billones de personas viajando cada año dentro de su territorio en la década de 90.

La idea de adelanto vinculada a la noción de crecimiento económico se expresa en el turismo en indicadores como volumen de inversiones, receta y generación de empleos, dando un carácter industrial a la actividad. La

ilusión de que la industria “del turismo” podría sustituir a la industria tradicional en importancia estratégica en la generación de empleos y recursos para el Producto Nacional, sin causar impactos similares, dio a la actividad el rótulo de industria “limpia”. Sin embargo, con el pasar de los años, tal afirmación tiende a mostrarse falsa: el turismo viene generando impactos en el medio natural donde es realizado, en la cultura de las comunidades y pueblos, en la distribución social de sus ganancias, en la organización económica de la localidad y región. Sus efectos pueden ser positivos o negativos, graves o inofensivos, todo ello dependiendo de su planificación y de las políticas públicas, cuando existen. (Bartholo, 2005).

Al convertirse en un fenómeno de desplazamientos masivos, el turismo pasa a presentar impactos significativos (positivos y negativos) que antes no eran perceptibles. Las consecuencias sociales, políticas, ambientales y económicas comienzan a generar relaciones conflictivas. Según Barretto (1998):

El turismo, que en siglos anteriores sirvió para educar al viajante, en la década de los 70a va a servir para un divertimento sin compromiso, donde no importa si lo que es ofrecido es auténtico o no, (MacCannel 1973) donde hay abuso en la utilización de los recursos naturales y culturales, hasta la falta de respeto para con los miembros de las poblaciones visitadas. (p. 135)

En esa fase de desarrollo, en que el turismo se consolida como industria, su estructura organizacional refleja el código conceptual y operacional de la época.<sup>2</sup>

Para Molina (2003), la racionalidad moderna se expresa en la civilización industrial por medio de seis principios básicos: uniformidad, especialización, sincronización, concentración, maximización y centralización. Al respecto, enunciaremos cada principio, presentando sus reflejos en la industria del turismo.

**Uniformidad:** tiene como icono la célebre frase de Henry Ford: “*People*

---

<sup>2</sup> Alvin Toffler afirma que toda civilización tiene un sello o código oculto que sostiene y condiciona su evolución (citado por: Molina 2003).

*can have the Model T in any colour – so long as it's black*<sup>3</sup>. Basada en la lógica industrial movida por la producción en serie, caso típico de la industria automotriz, la industria del turismo homogeneizó sus productos y servicios, elaborando proyectos sin diferencias substanciales. Las empresas transnacionales de hotelería, por ejemplo, estandarizaron los procesos de producción, los sistemas y los procedimientos administrativos en todas sus unidades, independientemente de su localización. Sin compromiso con las características ambientales culturales y locales, tales iniciativas siguen los mismos patrones en Las Vegas, en Río de Janeiro o en Hong Kong.

Es importante no despersonalizar los propios productores y prestadores de servicios, pasando, así, como simples agentes responsables por la reproducción de las ideas de las matrices o, en el caso empresas independientes, siguiendo y copiando las tendencias de los núcleos influyentes del dominante. Por otro, los turistas también sufren los reflejos de la homogeneización, construyendo y configurando una demanda con preferencias semejantes, aún provenientes de grupos culturales diferentes.<sup>4</sup>

La **especialización** está directamente relacionada a la concepción *tayloriana* de la división del trabajo. Según la administración científica de Taylor, la productividad aumenta cuando mejora la eficiencia de los tiempos y los movimientos del proceso de producción industrial. Según Taylor:

...simplificando las tareas, atribuyendo a cada cargo tareas simples y repetitivas que exijan poca experiencia del ejecutor y escasos conocimientos previos, se reduce el período de aprendizaje, facilitando la sustitución de un individuo por otro, mejoras en los métodos e incentivos de trabajo y, decididamente, la productividad. (Citado por Molina, 2003)

En el turismo, el trabajo rutinario y limitado empobrece la relación entre el prestador de servicio y el turista. En una agencia de viajes, por ejemplo, el vendedor ofrece al cliente un conjunto de servicios sin que haya participado en la elaboración del paquete; posteriormente, no estará en contacto con el turista

---

<sup>3</sup>“La gente puede tener su modelo T en cualquier color. Siempre que ese color sea negro.”

<sup>4</sup> Algunos autores se refieren a ese perfil de turista utilizando conceptos como turista media, manada invidente y hordas.

para saber su grado de satisfacción, pues la rígida división del trabajo y la especialización lo impiden. La repetición de su tarea genera un estado ánimo tal que despersonaliza su relación con el cliente.

Desde una perspectiva macro, la especialización puede ser notada en la función turística atribuida a los países latino-americanos que restringieron el aprovechamiento de su potencial turístico al turismo de sol y playa.

La **sincronización** se refiere a la necesidad de relación y comunicación entre trabajadores y unidades económicas de producción distinguidas, con el objetivo de obtener un producto. En ese sentido, es fruto del modelo de división del trabajo.

La sincronización en el contexto de la industria turística tiene su expresión, por ejemplo, en la formulación de un paquete –compuesto por el hospedaje, el traslado y la alimentación– en que uno de los elementos que lo componen no es prestado de forma adecuada y eficiente. De esa forma, se quedan anulados los esfuerzos de los otros elementos en pasar una buena imagen del destino.

La **concentración** se refiere a la agrupación de actividades en un determinado espacio geográfico que normalmente es utilizado de forma intensiva. Con el objetivo de reducir costos operacionales y de inversión, las iniciativas son incentivadas a que se instalen en una misma región, aumentando su densidad demográfica. Como reflejo esa política, tenemos, en la mayoría de los casos, consecuencias ambientales desastrosas, además de un *stress* social. En esas condiciones, los polos turísticos dejan de cumplir su papel de descanso y diversión, y pasan a presentar los mismos problemas de las grandes ciudades industriales.

El principio de la **maximización** puede ser comprendido de dos maneras. La primera se refiere a la variable económica. La industria turística insertada en la lógica del capital *“detecta las necesidades o las crea para empaquetarlas, etiquetarlas y venderlas de forma tal que se garantice la maximización del logro de los inversores”* (MOLINA, 2003). La segunda comprende la maximización en el sentido de hacer el adjetivo *grande* sinónimo

de *bueno*. Así, un hotel con 1000 cuartos es de mejor calidad que uno de 100, aunque ambos sean de la misma categoría. Esa relación entre bueno y grande favorece los grandes consorcios transnacionales.

La **centralización** de las decisiones es fruto de organizaciones del tipo lineal. Tiene sus orígenes vinculadas a la organización de los antiguos ejércitos y en la organización eclesiástica de la Era Medieval. En ellas, unos mandan y deciden, mientras los demás obedecen. Algunos piensan, y el restante actúa, hace, opera. Con relación al turismo, las decisiones generalmente recaen sobre grupos minoritarios que, sin la debida implicación de los otros actores en la cuestión, desarrollan políticas afinadas con sus propios intereses. Las decisiones tomadas centralizadamente potencian los conflictos (ideológicos, políticos, y económicos) inherentes al proceso de crecimiento.

La descentralización de las decisiones viabiliza la creación de estructuras de comunicación más complejas, dando responsabilidades y derechos a todos aquellos que son afectados por el desenvolvimiento del turismo. Así como la centralización representa un proceso cerrado, cuya relación de la industria del turismo con el medio en el cual está insertada es extremadamente inestable, una estructura descentralizada establece un proceso abierto, de diálogo, que activa capacidades y habilidades de la comunidad receptora.

La organización del sector en las empresas y en la esfera pública refleja el carácter piramidal y burocrático, característico de la lógica del mercado de masas. Los gobiernos nacionales sus acciones inspirados en la concepción e implementación industrial, dictando leyes de fomento y reglamentación, creando organismos públicos responsables por establecer críticas nacionales de desarrollo para el sector.

Con esa visión, la industria turística *“contribuyó para la colonización de diversos territorios y sociedades ampliando significativamente las fronteras del planeta”* (Molina, 2003: p. 25), formando parte de la génesis del proceso de globalización que presentaría su auge en las décadas de los 80 y 90.

Bajo la influencia de los movimientos ecologistas surgidos en la década de los 70 y en consonancia a las transformaciones sociales promovidas en la década de los 80, la actividad turística inauguró la fase de transición que culminará en lo que algunos autores (Molina, 2003; Urry, 2001; Barretto, 1998; entre otros) llaman de “post-turismo” o, simplemente, el turismo en la post-modernidad.

Esta transición presenta un modelo post-industrial que trae en sí un paradigma “que desprecia los valores, las metodologías y las técnicas llamadas ‘tradicionales’, que fueron los soportes de la expansión del modelo industrial maduro” (MOLINA, 2003, p. 26). El post-industrialismo abarca nuevas configuraciones que optan por garantizar el espacio a las empresas de servicio en un mercado cada vez más competitivo. El nihilismo de los valores antes incontestables pasa por la diferenciación y la desmasificación de los mercados, proponiendo una estructura más flexible que viabilice una personificación de los productos/servicios. La cuestión ambiental se fortalece, y el mundo comienza a discutir estrategias para alcanzar un desenvolvimiento sustentable.

Las nuevas influencias del mundo post-industrial tienen reflejos decisivos en la praxis turística, demandando un reposicionamiento estratégico para el sector. El nuevo paradigma, estructurado partir de los movimientos sociales y culturales, tiene en las tecnologías de la información y comunicación el elemento crucial en la redefinición del comportamiento de la demanda, del desempeño empresarial, de la función del poder público y del papel de las comunidades locales.

### **C) El Post-Turismo**

De la mano de las transformaciones sociales y culturales contemporáneas, la actividad turística también vive un momento de redefinición de sus valores. El advenio de la post-modernidad trajo consigo la crítica a muchos de los valores que pautaban el desarrollo en la Era industrial.

Con el proceso de globalización, se inició un nuevo ciclo de transformaciones en nuestra sociedad. Según Bartholo (2001b) “*son transformaciones de naturaleza no sólo tecnológica, pero también en lo*

*organizacional, económico, político, social y cultural”, repercutiendo “en varias esferas de la acción humana” (p.10).* La ampliación del comercio y de la circulación de bienes y servicios, resultante de presiones políticas internacionales, viene derrumbando fronteras y exponiendo culturales antes circunscriptas a la escala local. Las consecuencias de esas presiones pueden ser sintetizadas en dos grandes interpretaciones: la primera enfatiza la idea de homogeneización cultural, centrada en la difusión de la cultura hegemónica, y la segunda un contraflujo de influencias de otras culturas locales y regionales, ocasionando fragmentación de las identidades culturales.

Otra característica del momento actual se refiere a la instalación de sistemas más personalizados, tanto de producción como de consumo. En ambos, se recoge repeler los rigores y la uniformidad.

En el turismo, se hace necesario encontrar en los destinos la búsqueda por una identidad (o varias simultáneas) que salga al encuentro de las expectativas de la demanda. En ese caso, es esencial desarrollar instrumentos de análisis de la demanda adecuados a la nueva realidad, con el objetivo de detectar nuevas agrupaciones, segmentos y nichos de consumidores.

Según Urry (2001), es característica de nuestro tiempo *“el rechazo de las personas en aceptar que sean parte de una masa indiferenciada”* (p. 123). Molina (2004), afirmando que *“el turista pasa de una actitud pasiva, de aceptar lo que le venden y de practicar lo que le sugieren, a decidir por sí mismo y a seleccionar actividades de su interés. Surge, así, el turismo activo”* (p. 27).

Siguiendo esa tendencia, Barrett (1989a citado por Urry, 2001: p.133) presenta un movimiento capitaneado por uno de los principales periódicos británicos, cuyo público-blanco es la clase prestadora de servicios, el *Independent*. La Campaña “por las vacaciones de verdad” resultó ser una guía, el *Independent Guide to Real Holidays Abroad. The Complete Directory for the Independent Traveller*, contiene características peculiares, en que se privilegiaba la divulgación de destinos que posibilitaban la práctica de las “vacaciones de verdad”.

Barret (1989a) afirma, que la dificultad en disfrutar “vacaciones de verdad” se debe al “aumento cada vez mayor del paquete vacacional”, imponiendo los viajes, los mismos problemas que la producción en masa causó a la cerveza, al pan, al helado y la muchas otras cosas” (p. 1 citado por \*Urry, 2001: p. 133). En ese sentido, cabe hilar que, según el autor, la mirada turística colectiva “difícilmente podría ser descrita como ‘vacaciones de verdad’” (p.2 citado por Urry, 2001: p.133). Las vacaciones verdaderas necesitan tener dos características: en primer lugar, el destino escogido debe estar fuera de los grandes circuitos del turismo de masa, y en segundo lugar, el turista auténtico privilegiará las pequeñas agencias operadoras para llegar a los lugares escogidos.

Entre los británicos cerca de tres cuartos de los paquetes vacacionales vendidos al exterior sean negociados por cinco grandes empresas del ramo. Como alternativa al modelo hegemónico, favorece el desarrollo de las compañías de menor porte, especializadas en determinados segmentos del “mercado del viajante”. Esas agencias de viajes calificadas por la guía como “*delicatessen*”, o sea, agencias especializadas en satisfacer una clientela independiente y exigente (BARRETT, 1989).

Las grandes empresas del *trade* turístico no tardaron en reconocer la importancia de esa orientación para las vacaciones. Empresas como Thomas Cook comenzaron a trabajar productos un viaje más personalizado, utilizando slogans como: “no se trata de una excursión para el turista, pero si de un descubrimiento para el viajante” (Thomas Cook Escorted Journeys citado Urry, 2001: p. 134). Al respecto Urry (2001) afirma:

...Aquí, se deben notar incontables énfasis: más en el viaje que en el turismo, en la elección, en evitarse los paquetes turísticos, en la necesidad de ser un viajero instruido, en una operación global que posibilita cuidados y atención individual— siendo seguro un tipo de experiencia post-moderna.” (p.134)

Como se ha observado en las líneas anteriores, la post-modernidad trajo consigo transformaciones culturales y sociales a gran escala, que vienen influenciando decisivamente los gustos y anhelos de la demanda turística. Poe tanto, los destinos tuvieron que pasar por procesos de reestructuración

para que se adaptaran a una nueva demanda cada vez más exigente, que recoge la convivencia y el cambio de experiencias y que tienen necesidades y motivaciones diferentes.

Con la flexibilización de la demanda, se viene exigiendo que los destinos sean sistemas productivos flexibles. Nuevas formas de trabajo y nuevos esquemas asociativos entre los actores vinculados a las diferentes empresas y organizaciones vienen surgiendo para dar cuenta de ese fenómeno. La desmasificación posibilitó el surgimiento de diferentes segmentos y nichos de mercado “abriendo espacio al turismo de intereses especiales, a los segmentos y a las empresas especializadas en atender y desarrollar esos segmentos” (Molina, 2004: p. 28).

Los nuevos modelos flexibles privilegian el surgimiento de nuevas formas la gestión integrada, negando valores tradicionales que copiaran la Era Industrial. En ese contexto, son construidas cadenas de valor capaces de generar y aprovechar sinergias reconociendo una mejor competitividad en el mercado, en un marco de sostenibilidad que asegura a todos – y no para sólo algunos – el de negocios a largo plazo (Molina, 2004).

El desarrollo de destinos con una estructura más compleja implica una fuerte colaboración intra-sectorial, delineando articulaciones económicas a través de redes de empresas; sin embargo, no puede restringirse sólo al sector del turismo. La mejoría de la infraestructura de acceso, por ejemplo, requiere la colaboración entre diferentes sectores.

Molina (2004) presenta una experiencia que ilustra la colaboración intra-sectorial:

“cabe resaltar la experiencia desarrollada en diversos destinos en Argentina, especialmente aquellos más distantes de los grandes centros de consumo, donde son nuevos mecanismos. Por ejemplo, la venta de paquetes con todo incluido, envuelve diversos prestadores de servicios, no un único hotel, como acontece en México. De esa forma, el paquete funciona con un hotel base, en lo cual los clientes son instalados, pero las actividades de entretenimiento y las comidas pueden darse en cualquier restaurante del destino, o en cualquier club deportivo, nocturno o centro diversión. Es ofrecida al cliente una relación de los establecimientos locales – de

diversos propietarios— que se quedan a la disposición de los turistas que adquieren el paquete. El turista que, en ese caso, no es un pie de chancla, recibe mayor valor agregado por precio característico de todo incluido.” (p. 29)

## 1.2.- POR UN TURISMO CON MÁS VIAJES

Se está pasando por un proceso de transformación en nuestra sociedad y los rumbos seguidos aún no están completamente trazados. Volver a pensar paradigmas que sostienen nuestra sociedad globalizada capitalista es tarea primordial en la agenda para un desarrollo sustentable.

La globalización contemporánea se caracteriza por la creciente concentración de renta y exclusión, vinculada a la subordinación de los Estados Nacionales a intereses meramente económicos. Las heridas y desigualdades generadas por ese sistema son justificadas como condiciones de un ajuste que traería al planeta “una nueva era de paz y un nuevo patrón de relaciones sociales, bienestar y prosperidad” (Bartholo, 2002).

La saturación del modelo de desarrollo basado en el sistema de capital es una realidad solamente por aquellos pocos que se benefician de los altos logros generados por las corporaciones. Aún siendo un modelo que interesa a pocos, podemos encontrar en medio de la clase política incontables explicaciones para el mantenimiento del *status quo*. Uno de los slogans más utilizados por el discurso político para justificar sus acciones y decisiones es aquel que defiende la irreversibilidad del sistema de capital: “no hay alternativa”. Ahora, es mucho más fácil resignarse a la irreversibilidad del sistema de capital que imaginar formas creativas y enfrentarlo sin una propuesta que le equipare.

El proceso viene encontrando focos de resistencia, generando una polaridad ético-política-ideológica: de un lado, tenemos los que defienden el libre mercado, el Estado mínimo la “globalización capitalista” comandada por las grandes corporaciones multinacionales. Del otro, en contraposición, vemos ganar fuerza, en todo el mundo, grupos preocupados con los “excluidos” generados por ese sistema salvaje, grupos que defienden una “globalización

solidaria”, promotora de justicia social.

En ese contexto, se busca comprender como la actividad turística puede contribuir de forma consistente en la promoción del desarrollo social – en las esferas local y regional. El turismo de masa, a pesar de mover grandes cantidades de recursos, no obtuvo resultados satisfactorios en ese sentido. Por el contrario, los impactos causados por el incremento de la actividad turística en muchos destinos del mundo fueron decisivos en el declive de las cuestiones sociales y ambientales.

Sin embargo, las nuevas configuraciones presentadas en lo que se llamo anteriormente post-turismo, son orientadas por el discurso del desarrollo sustentable, traer alternativas interesantes para que pensemos el turismo como factor de promoción la inclusión social. Un elemento fundamental en esa ecuación es la relación establecida entre y visitados. Si durante el desarrollo del turismo industrial se daba énfasis al carácter recreativo, contemplativo y de diversión sin compromiso con la realidad, surge el paradigma del post-turismo un retorno a algunos conceptos que estaban en la génesis del fenómeno, aún en el pre-turismo. En el post-turismo, hay una tendencia encarar los viajes como una oportunidad de vivenciar una cultura distante, fuera de su cotidiano. Los avances de las nuevas tecnologías de la información ampliaron radicalmente los culturales, aguzando la curiosidad por un contacto más efectivo con los artes, la historia culinaria, el idioma y otras tantas manifestaciones peculiares cada lugar.

Según Barretto (1998), algunos estudios en las áreas de la Antropología y de la Sociología, en Europa, apuntan un cambio en el perfil de los turistas, “percibiendo un creciente número de personas buscan enriquecer su equipaje educativo en cada viaje”. La autora se refiere a un estudio realizado en 1995, en Inglaterra, donde cerca de un 70% de los turistas viajan de forma independiente y buscaban en sus viajes conocer aspectos histórico-culturales de la región visitada (p.132). Esas personas forman parte, según la investigación, de estratos de la sociedad con niveles superiores de escolaridad. Los llamados “intelectuales”, independiente de su renta, presentan gustos más refinados y un nivel cultural que les permite disfrutar de otros

atractivos diversos de los buscados por los “turistas por diversión”.

Esa dicotomía en el perfil de los turistas, nos remite a la clasificación realizada por Cohen (1972) hace casi cuatro décadas. El autor apunta para dos perfiles distinguidos: los peregrinos modernos y los buscadores de placer. Los primeros tienen como principales características la búsqueda por modos de vida alternativos, por la autenticidad de la experiencia vivida, y el contacto con las culturales visitadas. En contraposición, a los buscadores de placer que quieren sólo huir de su cotidiano hacia lugares que ofrezcan equipamientos recreativos y la posibilidad del relajamiento físico y mental.

Ubicados en esa clasificación y de acuerdo con la investigación presentada por Barretto, podemos asociar, en el contexto europeo, el turismo realizado por los buscadores de placer a la clase que, debido a su propia inserción social, ve en el turismo una válvula de escape de los intensos trabajos de la vida cotidiana. Por otro lado, podemos asociar a los independientes y a los profesionales liberales prestadores de servicios a busca propuestas de turismo que incorporen experiencias auténticas y una mayor aproximación con la comunidad visitada, típica de los peregrinos modernos.

No es apenas sólo el ámbito de las relaciones culturales que diferencia esos dos tipos de turistas. También la forma de incautación de la naturaleza es diversa en los dos casos. Mientras los buscadores de placer ejercen sus actividades junto a la naturaleza con carácter contemplativo –el objetivo de viaje es desconectarse de lo cotidiano, descansar y tomar sol, por ejemplo – los peregrinos modernos tienen una actitud menos pasiva, aprovechando una mayor integración con los elemento de la naturaleza a través de actividades, como el ecoturismo, el trekking, las escaladas, de entre otras. (Barretto, 1998: p. 134).

Barretto (1998) destaca que aunque según la Sociología europea contemporánea *“este tipo de turista no tiene que ser confundido con el estereotipo de turista por diversión y quiere llamarse a sí mismo de viajero, para diferenciarse”* (p.134).

La dicotomía presentada en la relación entre visitantes y visitados nos remite la antropología filosófica de Martin Buber, que en sus estudios propone que el hombre es un ser relacional, cuya relación dialógica con el mundo se inscribe en una ontología relacional. De esa forma, Buber diferencia dos actitudes fundamentales del hombre delante del mundo, expresadas a través de las palabras fundamentales: YO-TÚ y YO-ESO.

Al proferir el Yo-ESO, el hombre considera el ente que tiene delante de sí como algo a ser, algo sensible de ser apropiado como objeto de su "experiencia", una que acontece "en él" y no entre él y el mundo. En el mundo de lo ESO, no hay la salvaguarda la alteridad y del otro y, por eso, se hace imposible establecer un diálogo auténtico, un encuentro. Por otro lado, al fundar una relación del tipo YO-TÚ, el hombre la entereza de su ser como persona, estando genuinamente disponible para la vida dialogal.

En la relación ontológica YO-TÚ y la experiencia objetivante YO-ESO son dos modos de existencia la vida humana y, como tal, se alternan en estado ahora manifiesto, tal y como explica Bartholo:

...en la relación con el TÚ no se sostiene por más tiempo que la brevedad del encuentro. Es así que cada TÚ termina por retornar la curiosidad, transformándose en uno. Y es también así que aquello que antes se definía como un ESO puede tornarse en un TÚ en el 'face-to-face' con la persona confrontada por el YO. No existen determinismos técnicos para esa alternancia de los modos relacionales YO-TÚ y YO-ESO. Es parte de la determinación ontológica de la libertad en la condición humana, en que modos relacionales fundamentales son 'procesos que se entrelazan confusamente en una profunda dualidad' (Buber, 1977:p.20)" (Bartholo, 2005).

TÚ se revela en el "face-to-face". No existen obstáculos entre el YO y el TÚ; la relación de ellos es directa. El encuentro genuino no es planeado, simplemente acontece. Lo TÚ se anticipa en oferta, viene al encuentro del YO y le dirige la palabra. Pero, para que el diálogo ocurra, "cabe al YO la decisión de ir a su encuentro", aceptarlo, acogiéndolo en su irreductible e inefable alteridad, y responderle TÚ (Buber, 1977). La relación con el TÚ es, por así decir, una "aventura desconocida, sin las garantías de las definiciones, de las clasificaciones, de las tipologías" (Bartholo, 2002: p.137). La presencia del ESO para el YO no se da en la alteridad:

Cuando me relaciono con uno ESO, tengo siempre delante de mí algo que sé, que sé que es eso, y que puedo querer saber más por medio de mis actos de conocimiento, me relaciono con un TÚ, tengo siempre delante de mí una persona que no sé en su total entereza quien es, ni nunca sabré, si no oír lo que presencia me dice de sí, me deja saber” (Bartholo, 2002: p.137)

Es importante dejar claro que la posibilidad de dos modos relacionales no implica que uno sea necesariamente bueno y otro malo. En la concepción antropológico-filosófica de Buber esta polaridad es intrínseca a la condición humana. El mundo de lo ESO es fundamental a la vida humana. Él es responsable por suplir algunas de nuestras necesidades sociales a través de una “variada gama de actividades técnicas, económicas, institucionales, jurídicas, etc” (Bartholo, 2001: p.79).

De ese modo, la relación YO-ESO no debe ser como un mal a ser evitado, pero Buber ya alertaba para el riesgo que la sociedad corre a lo que se concluya en ese tipo de relación. Según el autor, el hombre que vive en el ámbito de las relaciones YO-ESO se deshumaniza: “... sin él tú no puedes subsistir, tú te conservas gracias a su seguridad, pero si te reabsorbes en él, serás sepultado en la nada” (Buber, 1977: p. 36).

Así como en la antropología filosófica de Buber el mundo de lo ESO es fundamental para la manutención de la vida humana, en el turismo el carácter recreativo, de diversión, también tiene su importancia. No estamos proponiendo que el turista de diversión sea extinto. Lo que se explica es la necesidad de una mirada más responsable para las relaciones entre visitantes y visitados.

El turista imbuido de una mirada más comprometida con la realidad – la cual está visitando– le hace un consumidor más responsable y un importante actor en la promoción del entorno social de la región en cuestión. Sin embargo, para atraer ese público, se debe contar con una estructura de gestión pública orientada hacia ese fin. Cabe al público crear condiciones para la participación efectiva de la comunidad receptora en la toma decisiones y la amplia discusión política acerca de los rumbos del desarrollo del sector.

### 1.3.- CONSIDERACIONES FINALES

Hablar hoy de mayor participación del poder público puede parecer para algunos, anacrónico. En el mundo de la economía globalizada, comandado por el sistema de la libre circulación del capital, es de esperar que los Estados Nacionales interfieran lo menos posible en la estructuración los mercados. De esa forma, la libre competencia y la ley de la oferta y de la demanda buscan lidiar con los grandes responsables por el establecimiento de las relaciones entre el capital y el trabajo.

Así ocurre con prácticamente todas las industrias. En nuestra aldea global -ahora *Glocal*-, las industrias logran establecerse en los países que ofrecen las mejores condiciones –exenciones fiscales y laborales más flexibles, bajos salarios, poca fiscalización en cuanto a la degradación, etc.– y, en cambio, ofrecen los tan soñados empleos proporcionados por la iniciativa segura.

Sin embargo, cuando esas condiciones ya no son tan favorables, el capital se ve libre para buscar otro “puerto seguro”, dejando miles de desempleados atrás. Un buen ejemplo es el de la industria automotriz: la gran mayoría de las montadoras ya no tiene más una planta única en su país de origen. Es más económico producir los auto-piezas y montar los automóviles en diversos países –tienen más cerca los insumos necesarios en el proceso de fabricación y donde la mano-de-obra es más barata – y exportar el producto final para el resto del mundo.

Con poco poder de garantía, los Estados Nacionales acaban por conceder grandes incentivos para el establecimiento de esas industrias. El capital, libre de las amarras del trabajo, navega suelto por los siete mares, dejando un rastro de pobreza y degradación que viene clamando por atención. Así, el desenraizamiento territorial viene confirmándose como una fuerte característica de las industrias del siglo XXI.

Si pensamos en la industria del turismo, teniendo como referencia la concepción industrial, presentada por Molina (2003), veremos que ella estará sujeta a la misma fluidez de las industrias de consumo. Un *resort* instalado en

la región nordeste de Venezuela, no presenta diferencias substanciales en sus servicios y se puede comparar a uno similar situado en el litoral mexicano, sudafricano o incluso tailandés.

Por otro lado, si comprendiéramos la industria del turismo, utilizando el referencial del post-turismo, podemos establecer un fuerte vínculo de esta con el territorio donde es realizada. En esa concepción, el turismo se desarrolla en determinada región por sus cualidades únicas, siendo el diferencial una de las herramientas más importantes en el marketing de los lugares turísticos.

Esa característica, entonces, va en contra de la tendencia de desterritorialización de las industrias, una vez que el local vuelva a tener una importancia determinante en el proceso, las grandes industrias pueden escoger las mejores condiciones económicas para que sea el turismo, como experiencia auténtica, quien depende de regiones específicas en las cuáles es posible encontrar condiciones para desarrollarse.

Esta característica, no garantiza que el tipo de explotación turística instaurada en regiones sea necesariamente buena para la comunidad, generando empleo y renta, preservando el ambiente físico y social. Muchos estudios demuestran el carácter híbrido de la actividad del turismo que, por un lado, tiene un enorme potencial de impulsar el turismo de una región y, por otro, puede promover gran degradación ambiental al agravamiento de las injusticias sociales.

Para que la actividad turística pueda ser efectiva en todo su potencial de inclusión social es necesario que sean tomadas ciertas providencias en el sentido de proteger la región y quien la habita de un mal uso por parte del mercado, que siempre verá el mayor logro posible de las cuestiones sociales y ambientales.

Como ya se afirmo en páginas anteriores, puede parecer anacrónico - para algunos-, mezclar al poder público en la reglamentación de la actividad, pero este es el único actor capaz administrar los conflictos y las tensiones sociales provenientes del proceso de turismo. En ese sentido, aún es posible pensar en los modelos de desarrollo, orquestados por el estado, para mayores

beneficios socio ambientales.

Se trata, por lo tanto, de una opción política, una vez que se presenta de nuevo una interdependencia entre el capital y el trabajo local.

Las políticas públicas de turismo deben valerse no sólo de argumentos económicos para direccionar sus acciones, sino también los de orden social, cultural y ambiental. Al mercantilizar tales aspectos, somos conscientes del aumento de las desigualdades sociales por la exclusión de buena parte de las poblaciones realmente interesadas en los generados por las grandes iniciativas hoteleras.

Se tratar de una decisión política, el Estado debe estar al frente de ese proceso, el interés público. Los programas gubernamentales necesitan contemplar las necesidades locales, dando condiciones para que las comunidades establecidas en el radio del proyecto formen parte del proceso, bajo el riesgo de que sean socialmente excluidas o, en el límite, destruidas.

Es importante observar en el poder público, el reconocimiento de núcleos de resistencia étnico a fin de reforzar la valorización de la cultura nativa. Las comunidades locales no pueden quedarse al margen del proceso de desarrollo de la actividad turística. Por el contrario, deben constituirse como sujetos y no como objetos.

Los nuevos paradigmas presentados en ese capítulo ofrecen importantes subsidios para la formulación en políticas públicas, así como elementos que pueden contribuir en la planificación estratégica orientada al turismo. Cuando comprendemos la actividad turística para además de un negocio, observar las incontables posibilidades que ella nos ofrece –en términos de intercambio entre las personas, cambio cultural, búsqueda por una mejoría en la calidad vida –, damos importancia y reforzamos la promoción de la inclusión social.

## **CAPÍTULO II.- POLÍTICA Y PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

El turismo es visto hoy como la actividad económica que más crece en el mundo. El potencial de empleo y renta, la cantidad de recursos traídos por los viajeros para un destino y el número cada vez mayor de personas que viajan son sólo algunos que demuestran la fuerza del sector. Sin embargo, lo que viene llamando más la atención a la comunidad académica y de los formuladores de políticas públicas dedicados a la estructuración sector, es el enorme impacto ejercido por el turista en la vida de las personas y en los que en que ellas viven.

Las cuestiones advenidas del incremento de la industria del turismo, están íntimamente conectadas al debate sobre formas sustentables de desarrollo. Se puede pensar que en un mundo de problemas de orden ambiental, social y cultural, masacrado constantemente por económicas avasalladoras, el turismo no sea un problema acreedor de atención.

Sin embargo, sabemos que debido a la amplitud del sector, el turismo contribuye y, al mismo tiempo, da respuestas a algunos de esos problemas. A pesar de los esfuerzos realizados por académicos y empresarios del sector, aún proliferan en él casos en que el turismo llegó con su potencial transformador alterando la realidad y causando significativos impactos negativos.

Recientemente, al surgir iniciativas que apuntan caminos sustentables para el desarrollo la actividad. En ese escenario lleno de controversias y resultados paradójicos, urge reflejar sobre cuáles son los que el desarrollo de la actividad turística debe seguir para cumplir todo su potencial, minimizando sus impactos negativos. En ese sentido, algunos teóricos, en experiencias aisladas, apuntan la planificación turística estratégica y enraizada en la comunidad local como un posible redentor de la actividad.

### **2.1.- Lo sustentable del turismo**

El imperativo sustentable del turismo, es una herencia intelectual del concepto de sostenibilidad que remonta al inicio del siglo XIX. Sin embargo, fue

sólo el siglo XX y en el mundo globalizado establecido a finales del milenio, que ha demostrado la preocupación con la forma de utilización y conservación de los recursos naturales que pasaron a formar parte de los debates sobre el desarrollo y crecimiento económico.

Así, las inter-relaciones entre medio ambiente, sociedad y economía se quedan cada vez más evidentes, exigiendo nuevas teorías que dieran cuenta de las nuevas cuestiones.

El Informe de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (1987) –también conocido como Informe de Brundtland– definió el desarrollo sustentable como *“aquel que atiende las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras que atiendan a las propias necesidades”* y apuntó como principios básicos a que sean seguidos los siguientes:

(a) el concepto de planificación holística y la planificación de estrategias;

(b) la importancia de preservar procesos ecológicos esenciales;

(c) la necesidad proteger el patrimonio humano y la biodiversidad;

(d) la necesidad de recoger un tipo de desarrollo que permita a la productividad ser sostenida a largo plazo para las generaciones futuras (el concepto de equidad intergeneracional);

(e) la meta de alcanzar equilibrio de justicia y oportunidades entre naciones.

Estos conceptos de sostenibilidad y desarrollo sustentable están presentes en las discusiones del medio académico y no deben ser encaradas sólo como ideas abstractas, sino como conceptos que afectan el cotidiano de todos en el planeta.

La sostenibilidad se viene afirmando cada vez más como un problema ético-político que requiere nuevas formas de aprehensión de la naturaleza y

el verdadero propósito del desarrollo y crecimiento económico, aliados la una redefinición de los papeles de los individuos, del gobierno y del sector privado en la búsqueda por futuros sustentables.

Se ha visto crecer en las últimas décadas, en las sociedades occidentales, un fuerte movimiento de liberalización de los mercados, predicando una economía monetarista y la negación de un interés público. Tal movimiento, va de encuentro al concepto de desarrollo sustentable, una vez que al enfatizar aspectos puramente económicos del desarrollo da cuenta de dimensiones esenciales de la vida humana, tales como el bienestar del ambiente físico y social.

Al basar el concepto de desarrollo en una visión economicista, se pierde el horizonte de cualquier consecuencia de orden ambiental y social. Los datos económicos aislados no ofrecen un estimado de la utilización productiva de los recursos –por ejemplo-, si son renovables. Un abordaje únicamente económico no registra los costes ambientales y sociales asociados a la producción económica. De esa forma, como dijo Oscar Wilde, se puede acabar sabiendo “el precio de todo y el valor de nada”.

La visión ampliada de desarrollo nos remite a dos conceptos claves a saber, la conservación del “capital ambiental” y la idea de “capital social”, que al ser incorporados a la ecuación del crecimiento económico traerían respuesta a las necesidades socio-ambientales.

Sin embargo, en conocida las dificultades en llevarse en cuenta tales aspectos en un sistema político-económico que privilegia el mantenimiento y, principalmente, el crecimiento de los niveles de crecimiento económico.

Se suele pensar y hacer creer que no es posible realizar grandes alteraciones de curso en virtud de la incapacidad de viabilizar las acciones en el “mundo real”.

En ese sentido, se invita a no resignarse con la si en realidad importa los destructivos antagonismos del funcionamiento ideal de los “mecanismos de mercado”. En el mundo real existen alternativas al modelo vigente, sólo nos

resta asistir al aumento de las inestabilidades sociales turísticas de un modelo cuya estructura ya de señales evidentes de agotamiento.

Los únicos cambios permitidos en ese modelo son de orden paliativo y dan cuenta sólo de efectos negativos, pero sin cualquier tipo de intervención en su base causal, o sea, “el sistema dato de control metabólico”. (Mészáros, 2002: p. 39)

La tentativa de separar efectos y causas nos remite la otra falacia de los días de hoy: atribuir el estatus de regla a una excepción. Es así que podemos desvincular la miseria y el sub-desarrollo crónico “de la dominación y de la explotación neocolonial de la humanidad por un puñado de países capitalistas desarrollados”. De ese, se predica la emulación del desarrollo de los países “capitalistas avanzados” sin tomar en cuenta ni las ventajas del pasado imperialista, ni los inmensos logros obtenidos en el mantenimiento del tercer mundo en la condición de dependencia estructural (Mészáros, 2002: p. 39).

Otro factor relevante que inviabiliza la universalización del modelo actual es el desarrollo respecto a la utilización expoliadora de los recursos naturales de nuestro planeta. El desarrollo de los países capitalistas “avanzados” se debe a un elevado costo ambiental que, si se universaliza, provocaría un colapso y todo el sistema se desmoronaría instantáneamente. Para ilustrar esa cuestión, basta que imaginemos lo que acontecería si toda la población mundial tuviera el mismo patrón de consumo de recursos energéticos de la población americana.

Esta, que es cerca de un 5% de la población mundial, es responsable por un 25% del consumo de los recursos energéticos disponibles. Y, como cuestiona Mészáros, “qué sucedería si los otros 95 % adoptaran el mismo patrón de consumo e intentaran retirar diecinueve veces un 25% de los restantes un 75%?”

En ese sentido queda clara la necesidad de pensar un nuevo sistema socio-metabólico, desenraizado de directrices económicas y con una visión de largo plazo.

En ese sentido, la sostenibilidad se caracteriza como una meta política, sin embargo con características peculiares, una vez que no trate de un objeto específico o de fácil comprensión y cuantificación

De ese cuadro, podemos decir que algunos de los principales problemas a ser superados en nuestro tiempo se orientan a las cuestiones políticas y de planificación. Con respecto a lo anterior, también, cabe analizar como la planificación turística puede contribuir para formas más sustentables de desarrollo.

## **2.2.-Política y planificación**

Los términos planificación y política están íntimamente conectados. Comprendemos por planificación un conjunto de decisiones que sean puestas en práctica en el futuro. Por lo tanto, es sólo una etapa de un proceso global que envuelve “planificación-decisión-acción”.

Como un proceso global, la planificación debe ocuparse de un conjunto de decisiones interdependientes o sistemáticamente y no con decisiones individuales. Enraizado en el concepto de sostenibilidad, podemos decir que la característica más importante de la planificación es aquella que busca garantizar la equidad inter-generacional, o sea, el hecho de estar mirando hacia el futuro.

En el ámbito gubernamental, Cullingsworth (1997) conceptúa la planificación como el *“proceso intencional en que se definen metas y se elaboran políticas para implementarlas”*. (p. 5)

El análisis de las políticas nos permite comprender y explicar el contenido de las decisiones y como fueron tomadas. Tratándose de la política oficial, es posible extraer, por ejemplo, la confluencia de valores que rigen la orden gubernamental.

La elaboración de políticas públicas refleja, por lo tanto, todo un ambiente político, caracterizando valores e ideologías, distribución del poder, estructuras institucionales y procesos de tomas de decisión.

Según Dye (1992), la política pública “es todo lo que el gobierno decide hacer o no” (p.2). Esta definición explica que las políticas son elecciones deliberadas de cursos de acción, adoptadas por los que están en el poder, entre alternativas, y reflejan las decisiones y no-decisiones, acciones y no acciones del gobierno.

Hablar de políticas orientadas para el interés público y planificación gubernamental a los sectores comandados predominantemente por la iniciativa privada, como es el caso del turismo, puede parecer anacrónico debido a las tendencias de menor intervención del gobierno en el cotidiano de la sociedad hasta hace pocos años en el país.

Estas tendencias son sintomáticas del modelo neoliberal están cada vez más difundidas en el mundo occidental. Sin embargo, según Haughton y Hunter (1994: p. 263), las imperfecciones del mercado ofrecen incontables motivos para la intervención económica del Estado, incluyendo: (a) mejorar la competitividad económica; (b) rectificar derechos de propiedad; (c) posibilitar que tomas de decisión del Estado consideren; (d) ofrecer beneficios públicos ampliamente disponibles; (e) reducir riesgos de incertidumbres; (f) apoyar proyectos con elevados costes de capital y envolver nuevas vías; y (g) educar y ofrecer informaciones.

### **2.3.- Planificación en turismo**

La planificación turística y la intervención del gobierno en el desarrollo del sector se hacen necesarias en el momento en que surgen incontables casos donde la actividad turística ha sido responsable por grandes impactos indeseables, principalmente en la escala local. La rápida expansión del sector, que hoy se caracteriza como una actividad de masas, aliada a la cultura de consumo de productos turísticos, hizo que el sector público se ocupara sólo en dar respuestas a problemas surgidos en el transcurso del impacto del turismo en destinos.

Tal estrategia, es la antítesis de lo que entendemos por planificación turística, una vez que se presenta como una reacción a un impacto ya ocurrido.

Quizás no sea la respuesta para todos los males generados por la actividad turística, pero la planificación orientada hacia los procesos, puede minimizar los impactos negativos y maximizar retornos económicos en los destinos, beneficiando así, las comunidades locales (Hall, 2001).

Sin embargo, algunos aspectos necesitan ser tomados en cuenta cuando se trata de planificación turística. Para que este represente efectivamente las ambiciones de la comunidad desde un destino dado, es necesario que esta esté envuelta de forma activa en todas las de la planificación. Otra consideración sería respecto al carácter pluralista de la planificación una vez que deba abarcar dimensiones sociales, económicas y físicas.

Como un área de investigación más amplia, la planificación turística, influenciado por las tradiciones de la planificación urbana y regional, ha concentrado esfuerzos en lo que se refiere a la planificación de los destinos y no en la planificación comercial del turismo individual.

Con ganancia de peso en las cuestiones conectadas al ecoturismo y a la sostenibilidad, la planificación turística viene sufriendo gran influencia de la planificación ambiental y, consecuentemente, viene agregando valor al componente de las articulaciones políticas.

De ese modo, la planificación turística pasa a ser visto no más como un ejercicio de planificación uso del suelo, aunque ese sea de extrema importancia para las regiones destino, sino como una compleja relación de actividades que van del ámbito local al global.

Con la dinámica del mercado turístico y el crecimiento de la competencia entre los destinos, la preocupación en cómo mantener la atraktividad de los productos también viene siendo trabajada en el ámbito de la planificación turística. Así, es posible mejorar varios aspectos de las atracciones, instalaciones e infraestructura de modo que aumente la captación de visitantes o por lo menos ampliar el ciclo vida del producto.

## **2.4.- Una breve reseña histórica de la planificación turística**

En los años que sucedieron a la Segunda Gran Guerra hasta los días de hoy, los métodos de planificación turística no se mantuvieron constantes. Podemos identificar que, siguiendo el análisis de Hall (2001) sobre datos de la OECD (Organization for Economic Co-operation and Development), los países desarrollados pasaron por cuatro fases distinguidas en cuanto a la actuación de sus políticas en el sector turístico.

La primera corresponde a los diez años siguientes que término de la II Guerra Mundial (1945-1955). En ese periodo, los gobiernos estaban empeñados en promover el arraigo institucional necesario en la posguerra, privilegiando disgregación y la racionalización de la política, de la aduana, de la moneda y de reglamentaciones que habían sido adoptadas inmediatamente después de la guerra.

Un segundo momento, entre 1955 y 1970, en que los gobiernos pasaron a involucrarse más con visiones conectadas al marketing turístico, a fin de aumentar el potencial de ganancias del sector. Luego, entre 1970 y 1985, los gobiernos se dedicaron al suministro de la infraestructura turística y en el uso del turismo como instrumento de desarrollo regional.

A partir de 1985, con el cambio en la ideología política vigente en buena parte de los países occidentales, hubo reflejos en las políticas públicas del sector turístico. Aunque el principal foco las acciones continuara siendo el turismo como instrumento de desarrollo regional, el cambio en el ambiente político hizo con que la implicación de los gobiernos fuera menor en el fortalecimiento de infraestructura turística, aumentando, así, el énfasis en el desarrollo de asociaciones público-privadas.

Otra característica de ese periodo es el aumento de las presiones y la auto-reglamentación del sector. El punto positivo se queda por cuenta de la inserción de las cuestiones ambientales en las discusiones sobre el desarrollo de la actividad.

Interesados en el gran potencial de desarrollo económico y regional

de la actividad turística, muchos gobiernos pasaron a adoptar medidas de planificación turística.

Sin embargo, el resultado de esa planificación no necesariamente atiende a las necesidades de la comunidad. Una de las principales características en esos casos es un proceso “los de encima y los de abajo”, que trata a la comunidad como objeto, quitándoles el control sobre sus destinos.

El papel del Estado ante el organismo social tiene presencia en la discusión en las sociedades occidentales en las últimas décadas. Bajo influencia del ideario neoliberal, muchos pasaron a adoptar una postura empresarial en relación al turismo, a fin de aumentar una contribución financiera del sector a la receta del Estado.

Con eso, las inversiones de divulgación y marketing de los destinos, así como el desarrollo de las asociaciones con el sector privado en atracciones e instalaciones turísticas, aumentaron considerablemente los últimos años.

Algunos intelectuales defendían una postura aún más radical. Como observó Hughes (1984; pp.13-14) al criticar el apoyo dado por el gobierno británico las empresas de turismo.

Estos rumbos tomados por las políticas públicas de turismo, en muchos países, vienen contrariando indicaciones de la Unión Internacional de Organizaciones de Viajes (IUOTO), precursora de la Organización Mundial de Turismo (OMT), que en 1974 ya destacaba la importancia del sector, afirmando que para fomentarlo y desarrollarlo:

...en una escala proporcional a la importancia nacional y movilizar todos los recursos para ese fin, sería necesario centralizar los poderes responsables por la elaboración de políticas en las manos del Estado para que él pueda tomar todas las medidas, a fin de crear una estructura adecuada para la divulgación y el desarrollo del turismo en los sectores involucrados” (IUOTO, 1974: p. 71 citado por Hall, 2001)

La justificación que enfatiza el tamaño o la importancia económica del sector no encuentra ecos hoy día. La participación del Estado en el sector

turístico, así como en otros sectores de la palestra política pública (educación, salud, bienestar, entre otros) debe basarse en la incapacidad del mercado en suplir todas las necesidades sociales. Le correspondería a los gobiernos, por medio de sus políticas públicas, ofrecer alternativas correctivas al mercado.

Las imperfecciones del mercado aparecen de diversas formas. Para ilustrar la cuestión basta que se tome uno de los muchos casos en que la industria del turismo fue responsable por la degradación de la localidad. Es de esperarse que una industria que tiene en la calidad ambiental una de sus principales materias-prima fuera a preocuparse en mantenerla.

Sin embargo, en un sector donde diversas iniciativas, concurrentes entre sí, utilizan un recurso natural, se corre el riesgo de tener una mala conservación del ambiente. Eso porque muchas empresas consideran el recurso "libre", o sea, sus actividades no perjudican la calidad del todo. Por tanto, basta que algunas empresas tengan esa actitud para que en poco tiempo ninguna pueda más disfrutar del atractivo.

El sector privado raramente está interesado en las cuestiones conectadas a las necesidades sociales y ambientales largo plazo.

La búsqueda por el aumento de resultados y logros de corto plazo puede generar impactos negativos no sólo tanto para la economía local como para el bienestar de toda la comunidad, en ese caso, el gobierno local es llamado a interferir de forma que pueda corregir el problema.

Casos como el citado anteriormente, podrían ser menos frecuentes si existiera una real comprensión de los varios impactos provenientes del turismo. Las dificultades en entender la dinámica de la actividad turística tienen como paño de fondo la falta de interés en la investigación en el área.

Es por ello, que la planificación turística, cuando es comprendida como un proceso dinámico, necesita de herramientas como los análisis y el seguimiento de políticas públicas para el equilibrio y el rumbo de los objetivos y metas trazados. Sin embargo, los gobiernos están más preocupados con la divulgación y los regresos en el corto plazo que con inversión estratégica y la

sostenibilidad.

## **2.5.- Métodos de planificación turística**

La planificación turística generalmente se ha reconocido como algo necesario, las y los métodos más eficientes de planificación continúan siendo contestados. Además de eso, la planificación ocurre en diferentes niveles y según varios procedimientos. Aún con tantas, es posible trazar características del proceso de planificación turística.

Como se presenta a continuación, las motivaciones económicas son una constante en los diferentes procedimientos de planificación. Sin embargo, reconocemos un movimiento contemporáneo de valorización de los aspectos sociales y ambientales de desarrollo turístico y de formas más sustentables de turismo en general.

Getz (1987) identificó cuatro procedimientos presentes en experiencias de planificación turística: (a) fomento, (b) un abordaje económico orientado hacia la industria, (c) un abordaje físico-espacial, cada vez más dado a la planificación ambiental, y (d) un abordaje para la comunidad, con énfasis en el papel desempeñado por el anfitrión en la actividad turística. Tales procedimientos, según el autor, pueden ser ejecutados en conjunto, pero no son necesariamente secuenciales.

Se presenta una breve descripción de cada uno de esos procedimientos que, más adelante, servirán de base para un debate sobre el desarrollo de un modelo sustentable de planificación turística.

La tradición del fomento ha sido utilizada en la planificación turística desde que se inició la industria del turismo de masas. Algunos especialistas contestan la categorización del fomento como forma de planificación, pues esta parte del principio de que la actividad turística es buena y promueve ventajas automáticas para el anfitrión. Con eso, los impactos negativos de orden económica, social y ambiental no se toman en cuenta, siendo enmascarados por un desarrollo parcial de la actividad que a corto beneficia sólo algunos emprendedores envueltos directamente en el proceso.

Los recursos culturales y naturales de la comunidad son incorporados a la planificación para que sean exploradas. Con el desarrollo de la actividad, comienzan a surgir las primeras marcas negativas en el escenario físico y económico, pudiendo tardíamente, que se hagan irreversibles.

Los orígenes de la tradición del fomento nos remiten a la concepción del turismo industrial. En él, la actividad turística organizada no representaba un gran peligro para las nuevas áreas aún inexploradas, donde la abundancia de recursos naturales impresionaba. En áreas exploradas de Estados Unidos, donde fueron creados los primeros parques nacionales, por ejemplo, los efectos del turismo eran insignificantes (Hall, 2001).

Aún con el incremento de la actividad turística, la percepción del turismo como un sector inherentemente benigno perduró durante años y sólo recientemente viene siendo cuestionada.

La característica destacada del fomento es la no-participación de los residentes en las tomas de decisión que envuelven la planificación turística. Ellos son invitados a que sean agradables a los visitantes y, cuando no lo hacen, son tasados de antipatriotas, pues no están con el adelanto de la región (Hall, 2001: p. 43). Según Getz (1987):

El fomento aún es practicado, y siempre lo será, por dos grupos de personas: políticos que filosofan sobre la pragmática y creen que el crecimiento económico siempre será incentivado, y por aquellos que tendrán ganancias financieras con el turismo. Y continuarán divulgándolo hasta que constaten que los recursos a que sean explorados y acabados, que los costes reales o de oportunidad son extremadamente elevados, o que la oposición política al crecimiento ya no puede ser combatida. En ese punto, los verdaderos perjuicios generalmente se instauran." (p.10)

De ese modo, podemos concluir que la tradición del fomento puede ser más bien descrita de una forma de no planificación.

### **La tradición económica: el turismo como industria**

*La industria del turismo*, como es llamado según la tradición económica, es muy utilizada por gobiernos para alcanzar metas de

reestructuración y crecimiento económico, generación de empleos y desarrollo regional. Es de conocimiento que el turismo no es una respuesta para todos los males económicos, este destaca el potencial económico de la actividad principalmente como industria de exportación que contribuye de forma positiva en el equilibrio nacional y regional en relaciones de cambio, balanza de pagos y niveles de cambio exterior.

Al orientar la planificación enfatizando aspectos económicos, el gobierno busca utilizar como elemento clave en la promoción del crecimiento y desarrollo de áreas específicas del turismo, por medio de la generación de empleo y de renta.

Dentro de este abordaje, los que definen la actividad como industria son valorados, a fin de que se pueda generar su contribución y producción económica y evaluar el desempeño del gobierno en la conducción del proceso. Una característica relevante en ese proceso es la utilización de estudios de análisis de mercado que se pueda definir campañas de marketing y divulgación, fundamentales en la captación del tipo de visitante que traerá más beneficios económicos para la región.

Por medio de estudios como los de segmentación de mercado y de adecuación del producto a los mercados, es posible conocer mejor los recursos turísticos específicos de la región y, la mejor forma de explorarlos es ese abordaje, las metas económicas ganan mayor importancia en relación a los eventuales problemas sociales y ecológicos. La cuestión de quién se beneficia y quien pierde el desarrollo del turismo difícilmente viene a discusión.

### **El abordaje del uso del suelo. Lo físico-espacial**

El abordaje físico-espacial tiene sus orígenes vinculados a la planificación del uso del suelo y fue influenciada por grupos conservacionistas defensores del uso racional de los naturales. Uno de los métodos más antiguos de protección ambiental, la planificación del suelo, es muy utilizado como una forma de planificación del turismo público por estar directamente ligado con la planificación regional y de destinos.

En el ámbito del turismo, la planificación física y espacial presenta un componente ecológico por marcar la actividad en patrones aceptables, recogiendo minimizar los impactos de la actividad en el ambiente físico.

Siendo así, se preocupa con cuestiones vinculadas a esa capacidad de saturación física y social; puntos de saturación ambiental, índices/deseables de cambio, entre otros. Los parques nacionales vienen incluyendo en sus planes de manejo y estudios sobre zoneamiento con el objetivo de organizar la circulación de visitantes, concentrando su interés en turistas, a fin de salvaguardar áreas sensibles.

Un caso ilustrativo en Suramérica de esa cuestión es la revisión del plan de manejo del Parque Nacional del Iguazú, realizada en 2000 por el IBAMA (Instituto Brasileño del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales Renovables). En esa ocasión, los técnicos contratados por la institución realizaron un zoneamiento del área del parque identificando siete zonas distinguidas, a saber:

•Primitiva - aquella donde ocurrió pequeña o mínima intervención humana y que aún contiene especies de la flora y de la fauna o fenómenos naturales de gran valor científico. Posee las características de zona de transición entre la zona intangible y la de uso extensivo.

•Intangible - aquella donde lo primitivo de la naturaleza permanece intacta, no tolerándose cualquier alteración humana, representando el más alto grado de preservación como matriz de repoblamiento de otras zonas, donde ya son actividades humanas reglamentadas.

•de Recuperación - aquella que contiene áreas considerablemente alteradas por el hombre. Se trata de zona provisional que, una vez restaurada, será incorporada a una de las zonas permanentes. Las especies exóticas introducidas deben ser removidas, y la restauración debe ser natural o naturalmente agilizada.

•de Uso Extensivo - aquella constituida en su mayor parte por áreas naturales, presentar alguna alteración humana. Se caracteriza como una zona

de transición a la Zona Primitiva y la Zona de Uso Intensivo.

- de Uso Especial - aquella que contiene las áreas necesarias a la administración, y manutención y a los servicios del Parque, comprendiendo habitaciones, talleres y otros. Áreas que son escogidas y controladas de forma que no choquen con su carácter natural y deben localizarse siempre que posible, en la periferia del Parque Nacional.

- Histórico-Cultural - aquella donde son encontradas manifestaciones históricas y culturales arqueológicas, que serán preservadas, estudiadas, restauradas para el público, sirviendo a la investigación, a la educación y al uso científico.

- de Uso Intensivo - aquella constituida por áreas naturales o por alteraciones antrópicas. El ambiente es mantenido lo más posible del natural, teniendo: centro de visitantes, museos y otras facilidades y servicios.

De esa forma, es necesario superar tales espacios por medio de planes de desarrollo turismo que definen las capacidades/limitaciones de los recursos naturales de la región en relación a la implantación de una estructura turística adecuada.

La planificación física-espacial es muy eficaz en la protección del ambiente físico, no es una visión distorsionada, pues considera los aspectos socioculturales de los destinos. La evolución del abordaje del uso del suelo/espacial, ya es posible identificar una opción con la integración de las cuestiones socio-ambientales. De hecho, se busca responder los principios del desarrollo sustentable, y de la planificación del uso del suelo que tiene procurando agregar a su abordaje ecológico elementos de aspecto social y cultural. A esta nueva configuración de planificación, concebida a través de un abordaje holístico del ambiente intenta entender no sólo el ambiente físico o social, pero sí las relaciones humanas-ambientales, por lo que se da el nombre de planificación ambiental.

Al trabajar con un abordaje más amplio, la planificación ambiental está sujeta a enfrentar obstáculos en el transcurrir de su proceso. Los conflictos

pueden variar desde la propia concepción de lo que es sustentable hasta discusiones sobre las diversas soluciones técnicas en el turismo y la compensación de los impactos. Eso sólo corrobora la dimensión política que la sostenibilidad asume en el proceso de planificación. Como Evans (1997) afirma:

...para que la planificación ambiental con vistas a la sostenibilidad [...] sea por lo menos poco eficiente, los procesos políticos de controversia y debate públicos, formales e informales, necesitarán desempeñar un papel mucho más del que han hecho hasta ahora". (p. 8)

### **La planificación turística en miras hacia la comunidad**

Desde el inicio de los años 80, poco se tenía estudiado sobre los impactos sociales y ambientales del desarrollo de la actividad turística. Con el crecimiento del sector, se reconoció gradualmente los efectos indeseables provenientes del turismo, siendo esos impactos inicialmente a las naciones menos desarrolladas. Sin embargo, con el pasar de los años, países desarrollados de Europa y de América del Norte presentaron incontables problemas turísticos del incremento del sector. Aún de difícil cuantificación, los impactos sociales del turismo tal vez sean el principal del desarrollo de la actividad. Un estudio más profundo, abordando tales problemas, es visto hoy no sólo como una necesidad ética de implicación de la comunidad en los procesos de decisión, pero si como un componente vital en todo el ámbito y desarrollo turístico.

Las relaciones que envuelven la población residente y los visitantes son de extrema necesidad para el desarrollo turístico, una vez que afectan directamente en el proceso de toma de decisión del turista cuando es invitado a escoger su destino. Cuando de comunidades turísticas se trata sienten que el turismo está destruyendo de alguna forma el ambiente físico o social, las relaciones visitante-visitado se desgastan, perjudicando la imagen del destino. Una forma de minimizar los impactos decurrentes del turismo, es a través de algunas estrategias que están desarrollándose y destacando, principalmente, el contexto social y físico que ese turismo requiere.

McIntosh y Goeldner (1986 citado por Hall, 2001) resaltaron la necesidad de una mayor implicación comunitario en la planificación turística con las siguientes metas:

- 1) proporcionar una estructura para elevar el patrón de vida de los residentes por medio de los beneficios económicos generados por el turismo;
- 2) desarrollar una infraestructura y ofrecer instalaciones recreativas para residentes y visitantes;
- 3) asegurar que los tipos de avances ocurridos en los centros de visitantes y resorts sean adecuados a los de esas áreas;
- 4) crear un programa de desarrollo consistente con filosofía cultural, social y económica del gobierno y de las personas que viven en la región; y
- 5) optimizar la satisfacción del visitante.

Son propuestas de un abordaje comunitario para el desarrollo turístico que vienen elaboradas en el sentido de defender el control local sobre el proceso de desarrollo turístico, ese tipo de abordaje pone el énfasis a la satisfacción las necesidades locales y, en el transcurso de esta, la satisfacción de las necesidades del.

De esa forma, el punto céntrico del ejercicio de la planificación turística son los destinos y no los turistas. Según Hall (2001:), “un abordaje comunitario en la planificación turística es, por lo tanto, una forma de planificación a las contrarias, que enfatiza el desarrollo en la comunidad y no de la comunidad” (p.55).

Desde el punto de vista conceptual, la planificación comunitaria de los destinos turísticos ya está desarrollada. La mayor dificultad es encontrada en la implementación y operacionalización de tales conceptos, debido a la política del proceso de planificación.

La planificación comunitaria implica un grado de compromiso con interés público y participación en el proceso de toma de decisión. Esos

factores son necesarios y que buena parte de las comunidades aún no están preparadas para enfrentarlos. Por otro lado, muchos integrantes de algunos gobiernos en Latinoamérica ven en la participación comunitaria una pérdida de poder y control en el proceso de planificación.

De hecho, lo que se ve alrededor del mundo son procesos de validación en que las principales decisiones orientadas ya fueron tomadas por los representantes del gobierno, y la comunidad no tiene la oportunidad de decir no.

Como se puede observar, la planificación turística es un proceso dinámico que refleja las exigencias de grupos de interés diversos, valores de la comunidad y de la sociedad y el espacio socioeconómico-ambiental en que ocurre. El abordaje comunitario puede ser como un punto de partida de una planificación turística de largo plazo, preocupado por salvaguardar el control del índice de cambios por parte de la comunidad y garantizar alguna experiencia única en el destino.

### **Un abordaje sustentable de la planificación turística**

Cuando la actividad turística ganó estatus de industria, inmediatamente después de la Segunda Guerra, no había evidencias de que sus actividades podrían traer perjuicios de orden y social. El número de turistas era muy inferior a los actuales y fue sólo con tecnológicos en el sector de la aviación comercial, a partir de los años 1970, y con la llegada los aviones Jumbo, que las discusiones fueron envolviendo aspectos de la sostenibilidad, tales como, ambientales y sociales del desarrollo, que ganaron algunos puntos de encuentro. Con eso, se explica la tardía incorporación de los principios del desarrollo sustentable al sector turístico.

El turismo viene intentando cumplir los principales objetivos del desarrollo sustentable –por ejemplo, minimizar el agotamiento de recursos, la degradación ambiental y las sociales – sin embargo, algunas contradicciones entre el turismo y el turismo sustentable pueden hacer muy difícil la operacionalización completa del sector.

Tal y como Pearce, Barbier y Markandya (1989 citado por Hall, 2001: p. 58) observaron, “la sostenibilidad es un plazo infinito, mientras que la toma de decisiones prácticas exige la adopción plazos finitos”. Aunque algunos factores compliquen el cumplimiento de algunas de la planificación de desarrollo sustentable, ellos no pueden ser vistos como elementos que impidan su realización.

En vez de eso, deben enfatizar la necesidad un acompañamiento continuo de las actividades de planificación. La complejidad de los arreglos institucionales del sector turístico, así como los intereses entre sus componentes representan una de las principales dificultades en la elaboración uno de los requisitos del desarrollo sustentable, la planificación estratégica.

La falta de sincronía entre las acciones políticas y la práctica, aliada a la atención y a factores que determinan la sostenibilidad social, económica y ambiental tienden a conducir las consecuencias indeseables e imprevistas y, muchas veces, irreversibles.

La planificación comunitaria es la base para el desarrollo de la actividad turística, pero es necesario que sean incorporados aspectos coordinativos, interactivos, integrativos y estratégicos para que se pueda hablar en un abordaje sustentable de planificación turística. El medio más eficaz de desarrollarse esas formas sustentables de turismo es convencer los gobiernos y el trade turístico a que adopten lo sustentable a las planificaciones y a las operaciones.

Dutton y Hall (1989 citado por HALL, 2001: p. 59) destacaron cinco mecanismos por los cuáles es posible alcanzar un abordaje sustentable de planificación turística:

- de control cooperativos e integrados. A veces, en los procesos de planificación pública, lo que se ve son reuniones públicas formales, normalmente al final del proceso, para validar decisiones tomadas. Un estilo interactivo asume que los mejores resultados son a través de procesos participativos y abiertos. Un abordaje integral es útil para explicitar los beneficios y los costes del desarrollo turístico y promover mejoría en la

relación entre las partes interesadas. Es necesario que haya incentivos a beneficios mutuos, pues “la cooperación por sí sólo no permite un compromiso en relación al desarrollo sustentable”. (Hall 2001, 60)

- de mecanismos de coordinación del sector. Los gobiernos necesitan atender para la necesidad de estimular la creación de asociaciones y relaciones efectivas entre grupos formales e informales en el sector. Estas asociaciones tienen carácter político y puede contribuir significativamente rumbo al abordaje sustentable. Con la creación, por ejemplo, de códigos de conducta y códigos ambientales es posible minimizar impactos en ambientes naturales. Sin embargo, se debe asegurar que tales iniciativas no calzan en el error de definir “menor denominador común”, tanto en el desarrollo como en la implementación de las reglas.

- de la conciencia del consumidor. En muchos casos, puede ser difícil para que los consumidores diferencien operaciones de turismo sustentable y no sustentable. Siendo así, para que se beneficien de experiencias de mejor calidad y que disminuyan los impactos en las comunidades, es necesario una toma de conciencia por parte del turista en cuanto a los bienes y servicios por él consumido. Aunque sea posible un cambio en el destino del turista, la cuestión está en la elaboración de formas más idóneas para los productos y servicios turísticos ofrecidos al consumidor. Para la capacidad de los mercados en orientación a los principios del sustentable, basta citar el ejemplo del cambio ocurrido en el turismo aventura, que pasó de servicios destructivos para experimentales, por ejemplo, de la caza a los safaris fotográficos.

- de la conciencia del productor. Es dada mayor atención a los aspectos que dicen respecto al aumento de conciencia de los consumidores y poco se ha hablado en la toma de conciencia de los de productos turísticos. Los productores necesitan adecuarse a la nueva era, que exige una postura identificada con los principios del desarrollo. Por tanto, es necesaria la adopción de reglamentaciones, como códigos de conducta en balizar las directrices de funcionamiento del sector. Muchas veces, la adhesión compulsiva no tiene el efecto deseado, siendo necesario, en algunos casos, el apoyo de las reglamentaciones gubernamentales para que se tenga un efecto

sobre las prácticas de desarrollo.

•la planificación turística es estratégica para sustituir abordajes convencionales. La planificación turística estratégica se caracteriza como un proceso único de planificación e implementación y continuo en el tiempo. De la misma forma, debe ser de un plan más amplio de planificación de la ciudad en su totalidad. La planificación turística estratégica orientada hacia destinos diversos es más fácil de implementarse cuando se cuenta con la implicación de la comunidad hospedera en el lugar de toma de decisión. Para que esa implicación se concrete, es necesario que los órganos responsables por el proceso de planificación soliciten y consideren las demandas de la comunidad. Las oficinas abiertas a la comunidad y procesos consultivos pueden ser extremadamente útiles en la identificación de problemas recurrentes del desarrollo turístico.

Para conocer y comprender el complejo sistema que envuelve los elementos de la planificación turística, es necesaria la utilización de indicadores o conjunto de indicadores que ayuden a determinar en qué punto el proceso se encuentra, para donde va y cuanto falta para alcanzar las metas establecidas. Sin embargo, la utilización de indicadores requiere un conocimiento estructurado de la realidad donde será aplicado, pues trabaja integrando sistemas económicos, ambientales, sociales y políticos

Según Hall (2001), los principales tipos de indicadores utilizados por la planificación turística son: a) los indicadores económicos, ambientales y sociales, por medir los cambios en la economía, en medio ambiente y en la sociedad; b) los indicadores de sostenibilidad, que miden la distancia entre el cambio y el estado sustentable del ambiente; y c) indicadores de desarrollo, en que el adelanto con relación a los objetivos de desarrollo que son medidos en un contexto más amplio.

Por motivos políticos, ha habido una tendencia por utilizar indicadores que poseen cambios más visibles. Sin embargo, hay cuestiones importantes, como los aspectos sociales y culturales provenientes del turismo, que acaban quedándose en segundo, una vez que necesitan de un análisis más purificado

y sus resultados sólo suelen ser conocidos a largo plazo.

Existen cinco mecanismos descritos por Dutton y Hall (1989) para alcanzar la sostenibilidad del turismo y que deben ser vistos como estrategias generales para la planificación de destinos y la implementación de esas estrategias va a depender mucho del contexto de cada nación.

Lew y Hall (1998) apuntaron algunas cuestiones que los planificadores deben tener en mente para hacer funcionar los principios de la sostenibilidad. Para los autores, el turismo sustentable representa una orientación de valor que se dedica a minimizar impactos del turismo, o sea, no debe ser guiado única y exclusivamente por conectadas a la economía de mercado.

De esa forma, muchos de los caminos apuntados en el turismo sustentable no son los más adecuados desde el punto de vista económico, pero una opción política en que el mayor beneficio será el desarrollo social de la región es consideración importante, y es el hecho de destacarse que no existe ninguna receta "paso a paso" para la implementación de proyectos de desarrollo de turismo.

Cada situación exige medidas específicas de escala y contexto. Sin embargo, es válido apuntar algunas semejanzas que la actividad empírica ya reveló. En un contexto reestructuración económica global, las cuestiones del turismo sustentable son esencialmente en países de economía desarrollada y países en desarrollo.

En la escala, las experiencias nos muestran que en proyectos en que la implicación comunitaria ha dado, de una forma más efectiva, hubo una mejora significativa con relación a la preservación del entorno, tanto natural como cultural. Para finalizar, el desarrollo del turismo exige paciencia, dedicación y compromiso de largo plazo.

### CAPITULO III.- ¿QUIENES SON LOS BENEFICIADOS CON EL INCREMENTO DEL TURISMO?

Organización Mundial del Turismo (OMT) viene señalando el sector turístico como la segunda fuerza económica del mundo más importante en términos de generación de divisas y empleos, quedándose atrás sólo de la industria del petróleo y sus derivados. Se estima que, en el 2015, el turismo tendrá una producción mundial de 9,1 cuatrillones de dólares, generando cerca de 385 millones de puestos de trabajo. Si se confirma lo estimado, serán recaudados 3,3 cuatrillones de dólares en impuestos, lo que representa un claro crecimiento en la economía en general (OMT, 2009).

La industria "turística" es conocida por su gran complejidad, pues no se relaciona con los elementos que la compone, pero los más variados sectores de la economía son indirectamente afectados con su desarrollo. Esa relación se expresa en el efecto multiplicador:

El efecto multiplicador de la renta es producto de la interdependencia existente entre los sectores económicos; de modo que el aumento en la demanda de los bienes o servicios por un sector genera, por su parte, el aumento en la demanda de bienes servicios procedentes de otros sectores, que son necesarios para la producción los anteriores" (OMT, 2009: p. 10)

El discurso vigente de franco crecimiento del turismo en todo el mundo y sus implicaciones económicas vienen pautando las políticas de desarrollo del sector. Sin embargo, las estadísticas enmascaran una realidad cuyos impactos socioculturales y ambientales muchas veces son irreversibles.

Veremos a continuación, la opción venezolana de favorecimiento a los grandes complejos hoteleros no viene generando los beneficios esperados en la escala local. Con eso, urge pensar nuestras políticas públicas orientadas hacia el turismo de forma a hacer la actividad inductora del desarrollo y de la inclusión social.

### **3.1.- La Política pública de turismo en Venezuela: una aproximación**

En materia de turismo nacional el Vice-Ministerio de Turismo es el órgano rector y la máxima autoridad administrativa, encargado de formular, planificar, dirigir, coordinar, evaluar y controlar las políticas, planes, programas, proyectos y acciones estratégicas destinadas a la promoción de Venezuela como destino turístico, y en tal sentido le corresponde:

1. La promoción de la inversión turística, relacionada con las actividades del sector público destinadas al estudio, evaluación, certificación de proyectos de inversión turística, así como todas aquellas actividades destinadas a la captación de inversionistas o capitales de interés para el desarrollo turístico nacional, incluyendo la aplicación de incentivos turísticos fiscales o de otro orden.

2. El desarrollo turístico vinculado con las actividades del sector público destinadas al seguimiento y control de la ejecución de los proyectos de desarrollo turístico, conforme a las normas dentro de las cuales hayan sido autorizados.

3. El registro, certificación y control turístico de las actividades del sector público destinadas a la supervisión de los prestadores de servicios turísticos, el mantenimiento de los registros necesarios, otorgando las certificaciones previstas en la ley e inspeccionando el cumplimiento de las normas bajo las cuales operan dichos prestadores de servicios turísticos.

A dichos fines se consultará con el sector privado y otros entes públicos.

El Ministerio del ramo, sin perjuicio de las demás funciones que le son propias, tendrá las siguientes atribuciones:

1. Coordinar el Plan de acción del Instituto Autónomo Fondo Nacional de Promoción y Capacitación para la Participación Turística, de acuerdo con los lineamientos del Plan Nacional Estratégico de Turismo.

2. Dictar las resoluciones ejecutivas y demás actos administrativos de efectos particulares o generales a que haya lugar en materia turística.

3. Coordinar y supervisar la gestión de los entes y órganos descentralizados o desconcentrados que le estén adscritos.

4. Presentar a consideración del Ejecutivo Nacional, los planes y propuestas en materia de provisión de infraestructura física y de cualquier otro elemento indispensable para la ejecución de políticas turísticas dirigidas al fomento de la actividad.

5. Considerar y decidir sobre el otorgamiento de licencias, permisos o autorizaciones requeridos para prestar servicios turísticos.

6. Clasificar y categorizar los establecimientos de alojamiento turístico de conformidad con las normas que regulen la materia.

7. Elaborar y mantener actualizado, conjuntamente con las autoridades de los estados y de los municipios, el inventario de atractivos turísticos a través del Catálogo Turístico Nacional.

8. Fomentar e impulsar, conjuntamente con el Instituto Autónomo Fondo Nacional de Promoción y Capacitación para la Participación Turística mediante convenios que se celebren con el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, la creación de escuelas, instituciones y centros especializados en la formación de recursos humanos para la actividad turística.

9. Determinar las regiones dotadas de belleza escénica o valor histórico o cultural, en consulta con las autoridades de los estados o de los municipios, a los fines previstos en el artículo 2 de este Decreto Ley.

10. Someter a la consideración del Presidente de la República en Consejo de Ministros, la declaratoria de las Zonas de Interés Turístico, previa consulta con las autoridades de los estados o de los municipios.

11. Mantener los registros estadísticos de la actividad turística.

12. Coordinar, con el Ministerio encargado de la regulación del

transporte, las políticas referentes al fomento de viajes turísticos regulados y fletados, nacionales e internacionales, en naves y aeronaves hacia los destinos turísticos nacionales.

13. Participar con el Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales en la elaboración de los estudios y proyectos para la determinación de los planes de uso y manejo de las áreas ambientales protegidas.

14. Coordinar con las autoridades competentes la protección y conservación de los monumentos nacionales y lugares históricos, en función de las políticas turísticas que dicte.

15. Coordinar con las autoridades competentes la protección y conservación de los yacimientos arqueológicos, glifos, petroglifos, zonas protegidas y demás sitios que sean considerados zonas con potencial turístico, en función de las políticas turísticas que dicte.

De igual modo, se presentan aquellos organismos que desde una perspectiva directa están encargados de orientar, planificar y promocionar el turismo en Venezuela, estos son:

**INCRET (Instituto Nacional de Cooperación y Recreación Turística)**, Fomenta la participación de la población a través de organismos sociales para mayor facilidad de recreación.

**INCATUR**, Desarrollo de los recursos humanos necesarios para la planificación y desarrollo del sector Turismo.

**INPARQUES (Instituto Nacional de Parques)**, Instituto Autónomo adscrito al Ministerio del Ambiente y de los Recursos Naturales, garantiza la conservación de los parques nacionales y monumentos naturales de Venezuela y promueve su uso racional en actividades de investigación, esparcimiento, educación y ecoturismo, dentro del marco legal vigente y de los objetivos de creación de estas áreas, como son: .

- Preservar intactas muestras de los ecosistemas y paisajes más relevantes del país.

- Proteger recursos genéticos y procesos ecológicos inalterados.
- Preservar valores escénicos, geográficos o geológicos únicos o excepcionales.
- Conservar la producción de agua.
- Conservar lugares y objetos del patrimonio cultural.

**CONAC (Consejo Nacional de la Cultura)**, Inventario del patrimonio turístico y participación en las políticas de conservación de los recursos turísticos.

**OCEI (Oficina Nacional de Estadística e Información)**, Investigación de todo lo concerniente a la actividad turística, así como el manejo de las estadísticas necesarias para planificar el desarrollo del sector.

**CNT (Consejo Nacional de Turismo)**, Constituye un órgano de planificación, asesoramiento y consulta integrado por los Ministerio de Fomento, Cordiplan, Fedecamaras y la CTV. Actúan como órgano de consulta.

**Ministerio del Ambiente y de los Recursos Naturales**, Este planifica y realiza las actividades del ejecutivo nacional para el fomento de la calidad de vida del ambiente y de los recursos naturales renovables. La elaboración de programas de conservación y de uso de las aguas, de los bosques, de la tierra y de los suelos. Además de mejoramiento de la fauna y los parques nacionales.

### **Organismos Privados**

**Fedeturismo**, es la federación de organizaciones privadas de la actividad turísticas en Venezuela y es la agrupación institucional del empresariado venezolano que promueve y fomenta la actividad turística. Está integrada fundamentalmente por: las cámaras nacionales y regionales del turismo.

**ANAHOVEN (Asociación Nacional de Hoteles de Venezuela)**, se ocupa de estudiar y recomendar medios para promover, defender y desarrollar el bienestar de la industria hotelera.

**ALAV (Asociación de Líneas Aéreas de Venezuela)**, constituida el 2 de marzo de 1959, agrupa a líneas aéreas nacionales e internacionales; es una organización sin fines de lucro nacida como una respuesta al desarrollo de la aviación comercial venezolana, que se había manifestado durante los primeros años de los 50.

**Objetivos:**

- Estudios y solución de problemas que afectan al universo de la industria aeronáutica.
- Propiciar un estrechamiento de las relaciones entre sus líneas asociadas.
- Fomentar el desarrollo del transporte de pasajeros, carga y correo por vía aérea.
- Velar porque las líneas aéreas estén sujetas y cumplan con los principios contemplados en la OACI.
- Discutir y resolver los problemas en relación con la aviación en general que sean de común interés en Venezuela y a la Asociación.
- Iniciar y concluir todas las gestiones necesarias para la obtención de beneficios relacionados con el turismo, la aviación y sus actividades.
- Atender las consultas que le formulen las autoridades nacionales y organismos internacionales.
- Cooperar con asociaciones afines en asuntos de interés general y establecer o integrar las federaciones, cámaras, asociaciones nacionales e internacionales de comercio y producción.

**AVAVIT (Asociación Venezolana de Agencias de Viajes y Turismo)**, Cooperar con la promoción y defensa de todo lo relacionado con el negocio de las agencias de viajes y desarrollar del turismo en y para Venezuela.

La Asociación Venezolana de Agencias de Viajes y Turismo - AVAVIT,

fue creada el 16 de Mayo de 1952, bajo el nombre de ANAV, Asociación Nacional de Agencias de Viajes, por la inquietud e interés de los pioneros de turismo por desarrollar el turismo de dos vías, receptivo y emisor. Efectivamente, un pequeño grupo de profesionales de turismo con la mirada puesta en el futuro, funda ésta asociación civil sin fines de lucro, por personería jurídica propia, que luego se llamaría Asociación Venezolana de Agencias de Viajes y Turismo (AVAVIT).

La ANAV cambió de denominación a AVAVIT el 27 de agosto de 1971, con el objeto de identificar a la Asociación con nuestro país e incorporar el nombre de Venezuela al nombre de la entidad. De acuerdo a los estatutos, nuestra asociación agrupa a los Agentes de Viajes y Turismo, Mayoristas de Turismo y Operadores de Turismo Receptivo, todos ellos en calidad de Miembros Activos. Como Miembros Colaboradores se afilian empresas tales como hoteles, arrendadoras de automóviles, prensa turística y entidades que están vinculadas a la industria.

AVAVIT, está afiliada a asociaciones y organismos internacionales, como COTAL - Confederación de Organizaciones Turísticas de la América Latina y la FUAAV - Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes.

En el mes de Mayo AVAVIT, cumplió 45 años de existencia y es la Asociación más antigua del sector Turismo, siendo líder y pilar en la estructuración y desarrollo de la industria del turismo nacional. AVAVIT, aboga y lucha sostenidamente por mantener sus objetivos básicos tendientes a la consecución de un turismo de mayor calidad y competitividad, de lograr su jerarquización tanto de la actividad como de sus integrantes, creando una verdadera y sincera conciencia en relación al sector, al desarrollo, mejoramiento y planificación comercial de la actividad turística.

De acuerdo a los Estatutos, vigentes a partir del 12 de Marzo de 1997, los fines de AVAVIT son:

- Reunir en una Asociación a las empresas que profesionalmente se ocupen en todo el Territorio Nacional, de las actividades de Agencias de

Viajes, Agencias de Viajes y Turismo, Mayoristas de Viajes y Turismo y Operadores de Turismo Receptivo.

- Colaborar activamente en el fomento del Turismo Nacional y del intercambio Turístico Internacional.
- Crear comisiones y organismos de toda índole cuyo objetivo sea el organizar, promover y desarrollar programas que tiendan al beneficio de sus Miembros.
- Instrumentar políticas dirigidas a evitar la competencia desleal y perjudicial a la actividad turística y al gremio.
- Ejercer representaciones ante organismos Públicos y Privados, Nacionales e Internacionales.
- Representar, defender, promover y proteger los intereses de sus asociados.
- Promover políticas de protección al ambiente y exigir políticas que aprovechen los espacios ecológicos para el desarrollo turístico sustentable.

**Misión:** Representar en forma Legítima y efectiva, los intereses de las empresas afiliadas y promover activamente su desarrollo.

**Visión:** Liderar la integración de los actores que participan en la actividad turística para lograr contribuir con el desarrollo integral del país.

#### **Propósitos de AVAVIT**

- L Promover la unidad gremial.
- L Promover el desarrollo y la especialización de los profesionales del sector.
- L Colaborar activamente con el fomento del turismo nacional y el intercambio turístico internacional.

L Asegurar la presencia activa de AVAVIT en todas las instancias relacionadas con el Sector.

L Prestar servicios de apoyo a sus afiliados.

L Estimular la cantidad de la operación y prestación de los servicios de sus afiliados.

### **Objetivos de AVAVIT**

L Promover la sanción de instrumentos legales que definan claras reglas de juego (turismo, activos empresariales, casinos).

L Influir para que los organismos del Estado definan políticas uniformes.

L Incrementar la comunicación y apoyo de los afiliados.

L Incrementar programas de capacitación a través del IETASA.

L Desarrollar un proceso continuo que permita profundizar las relaciones con las misiones diplomáticas de Venezuela y del exterior de Venezuela.

L Cuadruplicar los ingresos extraordinarios para la Asociación

**CAVN (Compañía Anónima Venezolana de Navegación)**, Se ocupa de velar por la difusión y la defensa de cuando se relacione con el movimiento portuario en el país. Cooperando con el fomento turístico.

**ASOGUIA (Asociación de Guías de Turismo)**, Se ocupa del control mediante un estatuto establecido. Las condiciones y requisitos que deben cumplir los guías de turismo.

**CORPOINDUSTRIA**, Investigación de todo lo referente a la actividad turística, así como también en el manejo de las estadísticas necesaria para planificar el desarrollo del sector.

**FUNDATURISMO**, Es la sociedad civil creada para establecer las

bases prácticas para darle al turismo la importancia y jerarquía como rama del desarrollo económico.

**CORMETUR**, Creada el 2 de Octubre de 1990, Es un instituto Autónomo Adscrito a la Gobernación del Estado Mérida. Su misión es la de planificar, Evaluar, Asesorar y Fomentar la Actividad Turística en el Estado Mérida, a través del financiamiento al Sector Privado, Capacitación del Recurso Humano, Control de Calidad de los Servicios y la Promoción de la Actividad Turística.

A partir de estas instituciones que en Venezuela rigen directa e indirectamente lo concerniente al turismo se suma las nuevas políticas del Estado en cuanto a su orientación actual, tal y como se aprecia en esta información de la Asamblea Nacional quien recibió el 06/09/2012 la visita de un grupo de periodistas extranjeros, interesados en indagar sobre el desarrollo de la actividad turística en nuestro país, para lo cual se entrevistaron con el diputado Hugbel Roa (PSUV/ Trujillo), integrante de la Comisión Permanente de Finanzas y Desarrollo Económico.

El grupo de profesionales de la comunicación social, provenientes de Uruguay, España, Colombia y Perú, así como un representante de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) pudo además realizar una visita guiada por el Capitolio Federal, con la orientación del funcionario legislativo, Peter Mendoza.

Seguidamente, el diputado Roa recibió a los visitantes en el Salón Francisco de Miranda, y les explicó que a partir del ascenso al poder del presidente Hugo Chávez y el inicio de la Revolución Bolivariana, la política turística ha sido de apertura al pueblo, a fin de que pueda conocer espacios de la geografía nacional que antes eran privativos para grupos económicos pudientes, tal y como es el caso de la Gran Sabana o el Archipiélago de Los Roques.

Asimismo, se hace reseña del Ejecutivo Nacional en coordinación con la Alcaldía del Municipio Bolivariano Libertador en la restauración del casco histórico de la ciudad de Caracas, a fin de embellecer la capital de la República

para el disfrute de nacionales y extranjeros.

Parte de los ingresos percibidos por el Estado por concepto de la renta petrolera han sido destinados a potenciar el turismo en Venezuela, bajo un nuevo concepto de participación popular e inclusión.

Asimismo, el Gobierno Bolivariano se propone seguir invirtiendo en el desarrollo del turismo en el país, como parte de la diversificación de las actividades económicas de la nación y para mostrar al mundo las bellezas naturales que posee Venezuela.

Del mismo modo, la Asamblea Nacional ha contribuido con el Poder Ejecutivo sancionando las leyes necesarias para la realización de una política de Estado en materia turística, *“no sólo como un medio de captación de divisas, sino como apalancamiento de la integración latinoamericana en el marco del Mercosur”*.

Por tanto, esta urgencia en pensarse nuevas alternativas para el desarrollo del turismo está dada. Es enraizar las políticas de desarrollo turístico en directrices que promuevan no sólo la sostenibilidad económica de las iniciativas, pero por encima de todo que surja el desarrollo social de la región. De lo contrario, ¿para que servirá la modernización de los espacios, la enorme cantidad de recursos públicos gastos y el incremento del flujo turístico si sólo algunos pocos se benefician?

### **3.2.- ¿Desarrollo para qué?**

Este es un concepto moderno asociado a la idea de hacer que las naciones menos favorecidas recojan la superación de su pobreza. Al hablarse en desarrollo, se atribuye al término un significado positivo que conduce a algo mejor y, en la mayoría de las veces, a un tiempo futuro, el mundo que se quiere y no el mundo en que se vive.

Lo que presenciamos el último siglo, principalmente en la posguerra, fue la vinculación del turismo de desarrollo con el proceso de producción de riquezas que lleva al económico de las naciones. Así, el modelo de desarrollo hegemónico se orienta, principalmente, por ser socialmente injusto y

ambientalmente perdurable. Por otro lado, vienen ganando fuerza en todo el mundo teorías que califican el desarrollo sólo como un proceso económico, pero como un proceso amplio vuelto hacia la satisfacción las necesidades básicas de los individuos.

“Una revisión real de lo que ocurre tanto en nuestro país en cuanto en otras partes del mundo nos llevaría a ver con otros ojos el tema del desarrollo a toda la vida cueste lo que cueste. Olvidémonos por un momento de los crímenes y de las estupideces que se ha cometido en nombre del desarrollo (...) y veamos lo que acontece en Estados Unidos y en Europa Occidental: la destrucción del equilibrio ecológico, la contaminación de los espíritus y de los pulmones, las aglomeraciones y los miasmas en los suburbios, los estragos psíquicos en la adolescencia, el abandono de los viejos, la erosión de la sensibilidad, la corrupción de la imaginación, el aditamento de Eros, la acumulación de la basura explosión del odio... Delante de esta visión, como no retroceder y buscar otro desarrollo? Se trata de una tarea urgente y que requiere ciencia, imaginación, honestidad y sensibilidad; una tarea sin precedentes, porque todos los modelos de desarrollo que conocemos han conducido (...) al desastre. En las circunstancias actuales, la carrera para el desarrollo es una presa ha condenarse...” (PAZ, 1992: p.210)

Amartya Sen, economista hindú, ganador del Premio Nobel en 1998, presenta en su “Desarrollo como Libertad” argumentos que buscan el desarrollo como un proceso de expansión de las libertades individuales. El enfoque en las ciencias humanas va de encuentro al modelo hegemónico de desarrollo que, por ejemplo, el Producto Nacional Bruto, el aumento de las rentas personales, el nivel industrialización, entre otros, son principales indicadores de una sociedad.

No se trata de negar la importancia de tales indicadores como medio de expansión las libertades de los miembros de la sociedad, pero es necesario llevar en cuenta otros, como disposiciones sociales y económicas (por ejemplo, los servicios de educación salud) y los derechos civiles (por ejemplo, la libertad de participación en la vida política). Comprender el desarrollo en el contexto de la expansión de las libertades conduce al foco de atención en los fines que lo hacen importante, en vez de que nos restrinjamos a algunos que desempeñan un papel relevante en el proceso turístico en una era de gran adelanto técnico-científico.

El mundo en los últimos dos siglos presentó cambios que serían difíciles de imaginarse. Los avances tecnológicos dieron confort, acortaron distancias, aumentaron la expectativa de vida, generaron riqueza, etc. Fuera de la esfera estrictamente económica, algunos cambios significativos fueron en el campo de la política. El régimen democrático se estableció como modelo de organización política del mundo occidental. Los derechos humanos y la libertad política forman parte hoy del discurso hegemónico. Más recientemente, vemos naciones cada vez más ligadas en los campos del comercio, de las comunicaciones y de los ideales, la *en un tiempo llamada "aldea global"*.

Sin embargo, ese mismo mundo de la opulencia y del adelanto convive con el mundo de la miseria de la pobreza, de la peste y del hambre, de la violación de las libertades políticas y de la violencia. El nuevo mundo tan capaz de producir riqueza no consiguió satisfacer sus más elementales necesidades, forzando la convivencia entre los viejos y los nuevos. Dar cuenta de esos males parece ser la cuestión céntrica del proceso de desarrollo para el turismo.

Existe una relación entre opulencia y realizaciones, entre nuestra riqueza económica y nuestra riqueza de vivir como gostaríamos. Sin embargo, esa relación no debe ser analizada, pues puede ser demasiado influenciada por otras circunstancias. El cuestionamiento obre *lo que podemos hacer con más riqueza* deja claro en su respuesta que riqueza no es deseable por sí misma, pero por permitir que podamos llevar el tipo de vida la valoramos. En las palabras de Aristóteles: "la riqueza evidentemente no es el bien que estamos buscando, siendo ella meramente útil y en provecho de alguna otra cosa".

La utilidad de la riqueza está en las incontables posibilidades que ella nos permite tener; en las sustantivas que ella nos ayuda a obtener. Nuestras vidas también son influenciadas por otros factores, no exclusivamente económicos, y aún el impacto de la riqueza varía conforme a otras influencias. Tan importante cuanto reconocer el papel de la riqueza en la determinación de nuestras condiciones y calidad de vida es la naturaleza restricta y adicta de esa relación.

Un análisis minucioso de los fines y de los medios del desarrollo es esencial para una comprensión más amplia y llena del proceso. Es necesario enraizar el desarrollo en aquel que promueva sobre todo la mejoría de la calidad de vida, o sea, el aumento de las cosas que disfrutamos. Como destaca Sen (2002):

...expandir las libertades que tenemos razón para valorar no sólo hace nuestra vida más rica y más cómoda, pero también permite que seamos seres sociales más completos, poniendo en práctica nuestras vivencias, interaccionando con el mundo en que estamos e influenciando ese mundo" (\*SEN, 2002: p. 29)

Aún con miras a las inter-relaciones entre las diversas formas de libertades, algunas de ellas no necesitan de justificaciones indirectas con base en sus efectos sobre las otras. Las políticas o derechos civiles, por sí sólo, configuran un aspecto esencial de la vida. Cuando tales privaciones ocurren, es negado al individuo la libertad de conducir su vida y la oportunidad de participar de decisiones cruciales concernientes a asuntos públicos.

Tal deficiencia, aún no va acarreado ningún gran desastre económico, por ejemplo, la vida social y política como único motor debe ser considerada un mal a ser superado. La toma del concepto de libertad como eje principal del desarrollo, envuelve los procesos que permiten las libertades de acciones y decisiones como las oportunidades de los individuos, dadas las circunstancias personales y sociales. De esa forma, recogemos un análisis amplio, no restringiéndonos a aspectos meramente coyunturales en detrimento de un examen más purificado de sus causas, o al contrario, realizando un análisis que profundiza sin consecuencias inmediatas.

Según Sen (2002), "ambos procesos y oportunidades tiene su propia importancia en el abordaje del desarrollo como libertad" (p. 32). La libertad de los individuos es elemento básico de esa forma de entender el desarrollo.

En ese sentido, las atenciones se vuelven hacia el incremento de las capacidades de las personas de llevar un tipo de vida que ellas valoran, factor fundamental al tratar el tema del turismo, de su planificación y del trabajo de las políticas a ser empleadas para la inclusión social.

En tal sentido la sociedad, por medio de sus políticas públicas, puede eliminar las barreras que impiden a sus miembros de que gocen de condiciones mínimas para que garanticen una buena calidad de vida. Para tal fin, es necesario considerar la libertad como un compromiso social. El éxito de una sociedad debe ser evaluada tomándose en cuenta las libertades sustantivas que sus miembros disfrutan.

La condición de agente de los individuos, hoy restringida y limitada por las oportunidades, políticas y económicas, es un desafío de lo cual no nos podemos eximir. El desarrollo consiste, en último análisis, en la superación de las privaciones de libertades que dirigen las elecciones y las oportunidades de las personas. Muchas veces, la ausencia de las libertades tiene origen en la pobreza económica.

De esa forma, pensar la actividad turística como fiscal del desarrollo en la región donde se establece, es concebir modelos que recojan la superación de las limitaciones impuestas en gran parte a la población para el pleno ejercicio de las libertades sustantivas.

Por tanto queda clara la necesidad de pensar en una política de turismo complementaria a una política de desarrollo más amplia, cuyo foco debe darse en la inclusión social con la afirmación de la identidad y de la ciudadanía.

Tal y como se presento en páginas anteriores, la principal política pública de turismo implementada en Venezuela en los últimos años, pretende dar resultados satisfactorios en ese campo. A pesar del discurso muchas veces solo de contemplar la participación y la promoción del desarrollo social sobre la región, se toma en cuenta un compromiso con el gran capital nacional e internacional en detrimento de las cuestiones vinculadas al bienestar de la comunidad receptora.

### **3.3.- El turismo de base comunitaria**

El turismo comunitario, o de base comunitaria, se presenta como punto central de la cuestión del debate de quien son los verdaderos beneficiados con

el incremento del turismo. Como ya fue presentado, el sector turístico ha sido calificado como de gran importancia en la generación de oportunidades de trabajo en la escala local y regional, además de contribuir en la preservación de los patrimonios naturales y culturales. Sin embargo, los impactos positivos del turismo no acontecen de forma espontánea. Las políticas públicas necesitan ser orientadas a ese fin, bajo el riesgo del sector de auto-regularse, orientando, sólo, las mejores oportunidades de mercado.

Varios estudios, en Venezuela y en el mundo, ya demostraron que el turismo, cuando se desarrolla siguiendo el modelo de grandes complejos hoteleros, no ofrece beneficios para la comunidad del entorno.

Por otro lado, vemos crecer en todo el mundo experiencias que intentan aproximar a las comunidades locales de los beneficios generados por la actividad turística. El gran esfuerzo de esas experiencias es construir un modelo más justo y equitativo de turismo, que toma en cuenta las más diversas dimensiones de la sostenibilidad, como la social, la cultural, la ambiental, la económica, y que establezca a la población local en el centro de la planificación y de la implementación del seguimiento de la actividad, permitiendo la generación de trabajo y rentas a la comunidad. Así:

La concepción de desarrollo sustentable implica un nuevo paradigma de las sociedades humanas según una nueva ética de democratización de oportunidades de justicia social, percepción de las diferencias como elemento fundamental de la planificación, comprensión de la dinámica de códigos y valores culturales y compromiso con la conservación de los recursos naturales” (Irving, 2002: p. 35)

El turismo de base comunitaria puede ser definido como una modalidad del turismo sustentable cuyo foco principal está en el bienestar y en la generación de beneficios para la comunidad. Según la ONG World Wild Found (WWF-International), el turismo de base comunitaria es:

...una forma de ecoturismo donde la comunidad local tiene sustancialmente el control sobre el desarrollo y manejo para que la mejor y mayor proporción de beneficios le quede a la comunidad. (WWF-International, 2001: 2)

Desde esa perspectiva, es deseable que la actividad turística sea, en su mayor parte desarrollada, y operada por la población local, garantizando la sostenibilidad económica y haciendo que los recursos provenientes del turismo reviertan en beneficios directos para la comunidad.

La mejor distribución de la renta es consecuencia directa de ese proceso que puede estar con la formación de cooperativas, asociaciones, iniciativas, además del establecimiento de los micro, pequeños y medianos empresarios locales, que con sus iniciativas generan muchos puestos de trabajo.

Como parte integrante de una estrategia de desarrollo más amplia, ese modo "alternativo" de gestión del turismo puede contribuir de forma decisiva en la preservación de ambientes naturales. Cuando se crea una Unidad de Conservación (UC), los impactos socioeconómicos en las comunidades del entorno pueden llevar a una aceptación no inmediata. Eso ocurre porque, en la mayoría de las veces, esas comunidades tienen su sostén a partir de la explotación de los recursos suministrados por esa región.

Cuando no hay una implicación de la comunidad en el proceso de discusión e implementación de las UC's, incontables conflictos son generados, inviabilizando la efectiva preservación del medio natural.

Por otro lado, cuando la comunidad ve en la UC una forma de ganar su sostén, por ejemplo, con la explotación de la actividad turística, ella se hace una importante compañera en la protección del ambiente natural. (WWF-International, 2001).

El turismo de base comunitaria respeta las herencias culturales y las tradiciones de lo local y, de esa forma, puede servir de vehículo para revigorizarlas e, incluso, rescatarlas. Está en el centro esa propuesta el establecimiento de una relación interactiva, entre visitantes y visitados, permeada por el principio de la responsabilidad.

En esa experiencia relacional, los anfitriones no adoptan una postura sumisa frente a los anhelos y expectativas de los turistas y estos tampoco se

presentan como consumistas, arrogantes y voraces. La afirmación de la diversidad cultural y el reconocimiento de la alteridad son los motores de una responsabilidad mutua (Rocha, 2003).

Entre los muchos desafíos y obstáculos a ser superados en la construcción de esa alternativa de desarrollo para el turismo, la participación de la comunidad local es apuntada como elemento crucial para el éxito de los proyectos (Beni, 2004; Corionalo, 2003; Irving, 2002; Sansolo 2003a; entre otros). La participación social en el proceso decisivo es prerequisite para la sostenibilidad de proyectos que tengan como objetivo un desarrollo más justo y equilibrado de la sociedad.

El concepto de desarrollo sustentable presenta, entre tantas características, el rompimiento de la noción de desarrollo vinculado solamente al crecimiento económico, además de contestar afirmaciones que apunten en un único camino a ser seguido por todas las sociedades rumbo al desarrollo. Así, el camino de la sostenibilidad es pautado por la diversidad de patrones y modos de desarrollo, dependiendo del contexto cultural, político y ecológico de cada agrupación humana. Según Irving (2002):

...Aunque en pequeña escala, las experiencias bien llevadas de participación y desarrollo comunitario en la toma de decisiones y en la resolución de problemas prioritarios, pueden tener un papel singular en el cambio de mentalidad de los actores involucrados, en el sentido de co-responsabilidad y ejercicio de ciudadanía, elementos esenciales para el desarrollo efectivo de las sociedades humanas rumbo al tercer milenio" (p. 37)

Una pieza fundamental del proceso participativo es la educación. Según Meyer (1991, citado por Irving 2002), la educación es *"un proceso de aprendizaje de conocimiento y ejercicio de ciudadanía que capacita al individuo para una visión crítica de la realidad y una visión consciente en el espacio social"* (p. 37). No se está refiriendo sólo la educación formal, la que se aprende en la escuela, sino a un conjunto de elementos que forman la conciencia crítica de cada uno.

En ese sentido, la promoción de la educación ambiental puede

contribuir en la formación ciudadanos más conscientes, valorando sus conocimientos tradicionales y dando voz a los actores sociales menos favorecidos.

A través de las actividades lúdicas es posible involucrar a los niños, jóvenes y adultos, así como de diversos niveles educativos, acerca de temas comunes. Pero para eso es necesaria la creatividad y, por encima de todo, decisión para adaptar algunas metodologías participas ya existentes a la realidad de cada comunidad.

La perspectiva ambiental consiste en un modo de ver el mundo en que se evidencian las interrelaciones y la interdependencia de los diversos elementos en la constitución y mantenimiento de la vida. En términos de educación, esa perspectiva contribuye para evidenciar la necesidad de un trabajo vinculado a los principios de la dignidad del ser humano, de la participación, de la co-responsabilidad, de la solidaridad y de la equidad.

Faudez (1993 citado por Irving, 2002) vincula el desarrollo a la satisfacción de las necesidades básicas de la población *“...enfaticando más a la lógica de las necesidades que la lógica de la producción y del consumo...”* (p. 38). En esa perspectiva, participación es un elemento clave, pues auxilia en la determinación de las necesidades esenciales a la comunidad, en la búsqueda de soluciones y en la transformación de la realidad.

La participación es la expresión de la ciudadanía y solamente por medio de ella es posible que haya co-responsabilidad en la toma decisión. De hecho, es un proceso de implicación activa de la población en la reivindicación de sus derechos, garantizando el control de las autoridades públicas por parte del pueblo.

Además, la participación, es un derecho del ciudadano, también puede ser vista como un mecanismo de optimización de la eficiencia de las políticas públicas. Este, es un argumento valioso en la defensa un proceso participativo. En una realidad nacional impregnada aun de clientelismo y poco compromiso asumidos por la población, se hace necesario asegurar el proceso participativo como el instrumento más eficaz rumbo a la sostenibilidad, garantizando la

continuidad del proceso y los impactos indirectos.

### **3.4.- Ecoturismo comunitario sustentable en Venezuela: No es utopía, es realidad...**

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 acerca de la importancia de conservar la naturaleza.

Tal y como se ha señalado anteriormente, el desarrollo de las actividades eco turísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y a las comunidades aledañas.

- **Agroturismo**, este es otro neologismo que describe actividades consistentes en "el disfrute del medio natural que los seres humanos han cambiado para su propio beneficio desde la prehistoria, pero que en lugar de haber sido destruido, el entorno natural es cuidado y aprovechado para las actividades agropecuarias." (Gurría, 1996). Podríamos decir que el agroturismo es un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con él los habitantes de la comunidad en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural. Debido a la vulnerabilidad de la comunidad receptora, el Estado velará por que los planes y programas que impulsen este tipo de turismo contemplen el respeto por los valores sociales y culturales de los habitantes de la comunidad. Este tipo de turismo es actualmente muy apreciado en los países europeos y en algunos sudamericanos donde existen zonas rurales deprimidas económicamente. Un ejemplo es el caso de las fincas cafetaleras en Colombia donde los propietarios reciben y alojan a visitantes y les hacen participar en los procesos

productivos del café.

- **Turismo de aventura:** Es un modelo de motivación turística que a su vez tiene diferentes manifestaciones, algunas de ellas muy populares desde hace muchos años, antes de que se incluyeran en este concepto: alpinismo, turismo cinegético, buceo marino y lacustre, deslizamiento en los rápidos, y muchos otros que pueden entrar en este particular modo de hacer turismo, que también podrían clasificarse como turismo deportivo activo.
- **Turismo de salud:** Es cuando la Sanación se realiza en áreas rurales, por lo general en balnearios de aguas termales y/o curativas.
- **Turismo religioso:** Son aquellos desplazamientos hacia santuarios localizados en poblados rurales donde se celebran fiestas religiosas. Se manifiesta principalmente por peregrinaciones que hacen los fieles a lugares considerados santos, casi siempre en fechas significativas, o sea la celebración de una aparición o la fiesta de algún santo que por lo general va acompañada de una feria recreacional y comercial, donde se hace un mezcla insólita de lo sagrado con lo profano. Es una mística anexada a la recreación.
- **Acuatourismo:** Es una forma de turismo especializado que tiene como motivación principal el disfrute por parte de los turistas de servicios de alojamiento, gastronomía y recreación, prestados durante el desplazamiento por ríos, mares, lagos y en general por cualquier cuerpo de agua, así como de los diversos atractivos turísticos que se encuentren en el recorrido utilizando para ello embarcaciones especialmente adecuadas para tal fin.
- **El Etno turismo** Es el modelo de turismo especializado y dirigido que se realiza en territorios de los grupos étnicos con fines culturales, educativos y recreativos que permite conocer los valores culturales, forma de vida, manejo ambiental, costumbres de los grupos étnicos, así como aspectos de su historia. La diversidad tan grande del producto turístico que se da en espacios y latitudes tan variadas, permite a cada

país, región o comunidad, dar su propia versión de Turismo Comunitario en Área Rural y particularmente de Ecoturismo, si es que se puede incluir éste, como posiblemente la más importante de sus variantes.

Los proyectos de turismo de base comunitaria vienen siendo desarrollados con éxito en los cuatro puntos del mundo. Con el apoyo de diversas ONG's (como Tourism Concern, la Asociación Italiana del Turismo Responsable (AITR), Tourism Watch, WWF, entre otras,), las comunidades situadas en países pobres de África y de Asia, en países en desarrollo Américas del Sur y Central, además de comunidades en países del Hemisferio Norte y de Oceanía, vienen optando por esa alternativa de organización gestión de la actividad turística. En Venezuela, ese movimiento esta en camino contando con algunas experiencias.

Venezuela es un lugar idóneo para realizar turismo ecológico, ya que, se cuenta con una naturaleza muy diversa conformada por playas, montañas, llanos, selvas, lagos, ríos, médanos, fauna y flora exótica, es uno de los países más avanzados en materia de conservación de recursos naturales, más de un 40% del territorio venezolano se encuentra en condición de zonas protegidas, refugios y reservas de agua, monumentos naturales y reservas forestales. El país cuenta con cuarenta y tres parques nacionales, veintiún monumentos naturales, varias reservas forestales, seis importantes biomas: los llanos, la selva, la Gran Sabana, los Andes, costa y zona xerófila, y más de veinticinco ecosistemas.

Entre los destinos eco turísticos más importantes de nuestro país están Los Roques, isla La Tortuga, Proyecto Paria, Campamento Arekuna o San Pedro del Río.

El Campamento Arekuna está ubicado en Canaima, el cual es uno de los parques nacionales más visitados por el eco-turista. Actualmente funciona a base de energía solar, desde la purificación del agua hasta la fabricación del hielo. Este campamento, fue desarrollado con una verdadera visión ecológica para así tener un mínimo impacto en el ecosistema.

Ahora bien, algo que se debe recordar es que Venezuela es un país

amazónico, su majestuosa selva representa un escenario perfecto para el ecoturismo. En el estado Amazonas se cuenta con posadas y campamentos cercanos a los más hermosos paisajes tropicales, los petroglifos y las comunidades indígenas que permite una fusión perfecta del conocimiento y la experiencia cultural de la región y del espacio que se visita.

En caso de ser el sol, el mar y las playas el destino de ensueño del visitante, Venezuela tiene Los Roques, que es una de las islas más demandadas por ser un destino eco turístico por excelencia. Esta isla cuenta con playas en donde se puede disfrutar de una acuarela de azules, servicios aéreos directos y por el ofrecimiento de un hospedaje en distintas posadas que se ajustan a sus necesidades. En este archipiélago se pueden efectuar diversas actividades al aire libre como el buceo, snorkelling y la pesca deportiva ya que cuenta actualmente con setenta posadas y ocho líneas aéreas.

Así, en el 2005 se presenta una propuesta de ecoturismo comunitario en el municipio Camatagua Sur Estado Aragua, Venezuela el cual tiene como objetivo desarrollar las capacidades individuales y colectivas que permitan la promoción, organización y participación comunitaria para el desarrollo sustentable de los espacios ecoturísticos del municipio Camatagua-Venezuela, induciendo a la población local a su incorporación a alternativas productivas asociadas a la prestación de servicios turísticos, así como la conformación de redes de ecoturismo comunitario y sistemas de información turística local con una proyección de su impacto y los beneficiarios a saber:

*Directos:* Organizaciones comunitarias de base (consejos comunales, comunidades educativas, grupos de interés socio-cultural); Potenciales microempresarios, empresas asociativas –cooperativas y proveedores de bienes y servicios para el turismo; Niños, jóvenes y adultos capacitados como multiplicadores y guardianes de la gestión ecoturística comunitaria.

*Indirectos:* Instituciones locales (Alcaldía, Juntas Parroquiales, Protección Civil, Entes prestadores deservicio); Organismos de competencia regional y nacional, comerciantes y población en general.

De igual modo, existen programas que están siendo ejecutados como producto de la inclusión en las políticas públicas que el gobierno orienta hacia el turismo, tal es el caso del Fondo de Turismo Zulia que realizó un programa en el cual las Comunidades de Machiques de Perijá reciben Asesoría para conformar una Red Turística, así lo expresa la nota en su portal digital:

El Ministerio del Poder Popular para el Turismo, continúa promoviendo políticas públicas en materia turística, a través de visitas que se realizan a las comunidades del municipio Machiques de Perijá, para brindar asesoría sobre el nuevo proyecto de la red turística que se está conformando en la región. Servicios de transporte, restaurantes, paradores turísticos y alojamiento están contemplados en el mismo.

El presidente del Fondo Mixto de Turismo del estado Zulia, Jorge Luis Lugo, manifestó que la asesoría se enfocó en la orientación, tanto de los prestadores de servicios como de los representantes de turismo de la Alcaldía del municipio Machiques de Perijá, sobre los lineamientos establecidos para la conformación de las redes turísticas en el país. "Este proyecto brindará a los visitantes la oportunidad de disfrutar del turismo de contemplación que ofrece la región, lo cual se traduce en el desarrollo de una cultura turística que impulse el crecimiento de la actividad económica local", dijo.

En la mesa de trabajo participó también el personal de las gerencias de Capacitación y Proyectos del Fondo Mixto de Turismo del estado Zulia y los 44 integrantes que coordinan la red de turismo de la región. Durante el encuentro se establecieron alianzas estratégicas para darle continuidad a los cursos de capacitación, específicamente los enfocados en Turismo Responsable y Promoción Local y Mercadeo Turístico, cuya duración es de dos semanas cada uno. Maracaibo, 15.06.2012 (Prensa Fondoturismo Zulia)

### **3.5.- Consideraciones finales**

La idea de propuestas orientadas a inversiones siguiendo el modelo del *todo incluido*, completamente aisladas y sin ningún vínculo con el territorio donde se establece, así como proyectos perfectamente integrados al turismo comunitario con todo el lucro proveniente de la actividad turística siendo destinado a la comunidad, representan situaciones extremas que difícilmente serán encontradas. Pero, es importante que iniciativas de base comunitarias

sean estimuladas una vez que aún representen una parte muy pequeña de los proyectos de desarrollo turístico.

Los proyectos de turismo de base comunitaria se desarrollan de diversas formas y con diferentes estructuras y objetivos, tomando en cuenta el ambiente, el contexto y los valores culturales peculiares de cada región. No se pretende afirmar que tales proyectos no sufran influencias externas. De hecho, cabe destacar la importancia de esas comunidades, reunidas o no en asociaciones, auxiliadas o no por organizaciones no gubernamentales, que firmen asociaciones o acuerdos con la administración pública local, con otros niveles de gobierno y con el sector privado.

Los impactos negativos de la actividad turística convencional sobre los recursos naturales, y poblaciones locales hacen urgente la reflexión sobre el carácter del turismo, cuestionando el mito del turismo como generador solamente de empleo y renta y denunciando las políticas centradas en la atracción de inversiones que no llevan en consideración la participación de las comunidades locales. Es necesario pensar en políticas públicas que abarquen iniciativas cuyo foco esté en la inclusión social de las poblaciones y en el rescate de la ciudadanía.

## **CAPÍTULO IV.- HACIA PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO BASE COMUNITARIA**

No queda dudas en cuanto al enorme potencial turístico de nuestro país. Las bellezas paisajísticas aliadas a la diversidad biológica y cultural hacen de Venezuela uno de los destinos de mayor interés, tanto internacionalmente como para el turismo doméstico. Nuestras playas, fauna, montañas, ríos, festividades, particularidad culinaria, parques nacionales, patrimonio histórico, incontables manifestaciones culturales, además de la tradicional hospitalidad venezolana, colocan al país en una situación privilegiada para alcanzar mayor importancia en el escenario turístico mundial.

Sin embargo, no es sólo de vocación que se consolida un destino turístico. Este es fruto de un conjunto de condiciones que convergen en relaciones entre cultura, mercado y políticas públicas que vienen a proporcionar el desarrollo de la actividad.

Para que los beneficios sociales y económicos del turismo se concreten, urge establecer instrumentos públicos que recojan conciliar el incentivo a un turismo más responsable con acciones de ordenamiento y usos equilibrados de los espacios turísticos. Al principio, tales acciones deben ser de co-responsabilidad del conjunto de agentes públicos y privados que están ligados a la actividad turística. Sin embargo, "le corresponde al sector público la prerrogativa de dictar políticas orientadas para la planificación y gestión del turismo en todos los niveles de gobierno, así como para el sector privado" (Salvati, 2004: p.21).

Para Cruz (2001), el Estado, debe estar atento a la búsqueda de modelos de desarrollo que traigan beneficios a la colectividad. De esa forma, tratándose del desarrollo turístico, es necesaria la formulación una política nacional que sirva de directriz, garantice y salvaguarde el interés público. Sin la debida implicación del sector público y sin la orientación de la política nacional, el turismo se desarrolla, permitiendo que iniciativas e intereses individuales, desencadenen, consecuentemente, desequilibrios sociales, económicos y ambientales en las localidades.

Es comprensible que la inserción gubernamental en los aspectos concernientes al desarrollo del turismo, no es una tarea simple. El lugar del turismo en la administración pública viene presentando avances; sin embargo, aún no existe un modelo a seguir. Se sabe que el turismo necesita de arreglos políticos y acciones interdisciplinarias, requiriendo la intervención de los más variados sectores de la esfera pública.

Las innumerables interfaces con aristas como el medio ambiente, educación, salud, cultura, infraestructura, ciudades, transportes, planificación, hacienda, entre otros, evidencian que casos no tienen claridad en la definición de los papeles de diferentes sectores públicos, que difícilmente dará eficiencia en la promoción de un turismo sustentable (Salvati, 2004).

La reciente creación de organismos del gobierno venezolano ha permitido una creciente reivindicación del sector, aunque no garantiza por sí sólo el establecimiento de una visión interdisciplinar para el desarrollo del sector, si promueve el auge e interés del mismo como impacto en las regiones y localidades donde acoge tales propuestas.

La importancia política de estas instituciones, que como se señaló en páginas anteriores se deriva y es supervisada por el Vice-Ministerio de Turismo, radica en la influencia que el turismo ejerce y ejercerá en el desarrollo del país.

En la actualidad el MINTUR ha desarrollado el Plan Nacional Estratégico Desarrollo Turístico (2007-2012), que promueve la inclusión socio productiva de las comunidades de las localidades turísticas y dicta lineamientos en materia de calidad turística. Las autoridades del MINTUR proponen que "Venezuela, a través del Ministerio de Turismo, se ha planteado iniciar el camino hacia la calidad, enfocándola en los destinos turísticos de forma integral, y a los servicios turísticos, a través de la sinergia del sector público, privado y la comunidad" (Exposición de MINTUR en 5ta. Reunión del Comité de Apoyo a la Calidad y al Comercio, 2006).

A inicios del año 2007 el MINTUR, con el apoyo de un equipo consultor externo formuló la Política de Calidad Turística de Venezuela con su

correspondiente Plan para el Desarrollo Sostenible de la Calidad Turística en Venezuela, lo cual resulta ser un paso más para que el turismo sea una actividad que promueva el desarrollo socio económico de muchas localidades venezolanas con gran potencial turístico. Para que esto sea posible es necesario garantizar una efectiva y eficiente implementación de la mencionada política en todo el territorio nacional.

En el país no existía experiencia en la implementación de políticas de esta naturaleza, incluso a nivel mundial este tipo de políticas públicas en el sector turismo son una novedad. La investigación planteada, mediante una revisión de espacios nacionales e internacionales, permitieron definir los factores más relevantes a considerar para lograr una adecuada implementación de la Política de Calidad Turística de Venezuela, lo cual constituye un aporte al desarrollo de la ciencia política, ya que permite mejorar directamente la gestión de gobierno que se traducirá en mayor y mejor calidad de vida en los destinos turísticos, generando mayor número de visitantes, generando empleos y desarrollo local.

De esta manera se podrá cumplir con una de las premisas fundamentales de la Política Turística dictada por MINTUR, donde la actividad turística sea generadora de trabajo digno y beneficio a comunidad. Permitiendo a su vez, lograr una adecuada implementación de otras políticas públicas de sectores que se vinculen con el turismo.

#### **4.1.- Algunas consideraciones sobre el Plan Nacional Estratégico de Turismo 2009-2013**

El asumir este modelo implica que para ofrecer una actividad turística de calidad se debe garantizar la calidad de no sólo los servicios turísticos, sino que también es necesario calidad del patrimonio cultural, ambiental y servicios públicos del destino turístico. Por consiguiente, lograr la calidad turística en Venezuela implica grandes y coordinados esfuerzos de múltiples entes públicos a nivel nacional, estatal y municipal, además de la sensibilización y compromiso del sector privado (operadores de servicios turísticos) y la comunidad (representantes de la cultura y folklore) con la calidad turística.

A partir de esta concepción integral de la actividad turística a nivel ministerial, la calidad de la actividad turística pasa de ser una preocupación que debe ser compartida (MINTUR, 2007), tanto por el sector gubernamental, como por el empresarial y por la propia sociedad como un todo; llamada a constituirse en el referente global del sector, abarcando la noción de calidad, no sólo a los servicios y productos turísticos, sino también a los destinos turísticos y a la aplicación de criterios de sostenibilidad medioambiental, etno-cultural y de progreso e inclusión social.

En Venezuela hay muchos destinos turísticos –como se ha señalado en páginas anteriores- que son parques nacionales, por lo cual hay que incorporar el concepto de capacidad de carga turística para que se haga un desarrollo turístico sostenible.

Es importante indicar que el concepto de calidad previsto en el Plan Nacional envuelve, entre otros, los siguientes aspectos:

- Impulso hacia un cambio radical del sector turístico en su estructura, gestión y expansión nacional e internacional.

- Inclusión, lucha contra la pobreza, rescate y puesta en valor del patrimonio cultural y ambiental.

- Tecnificación y profesionalización de la prestación de los servicios públicos y turísticos.

- Superación de la idea de competitividad en base a enfoques mercantilistas tradicionales que han derivado en la actual posición de rezago en ciertos entornos y subsectores.

- La calidad de servicio como rasgo diferencial de la oferta turística venezolana.

- Solución a la dicotomía: rentabilidad – compromiso social.

- Proceso permanente de mejora frente al riesgo de complacencia tradicionalmente asociado a las prácticas de “operativos” con objetivos que una

vez alcanzados conducen a la suspensión del esfuerzo.

Los cambios constantes de la demanda turística y la evolución de sus gustos hacia exigencias cada vez mayores de calidad, junto con la aparición de destinos internacionales competidores con condiciones tradicionalmente más aventajadas, con los que el turismo venezolano no puede ni debe competir sólo en precio, hace necesario el impulso del concepto de la "calidad turística venezolana", como factor endógeno diferenciador de la oferta venezolana, en los mercados nacionales e internacionales; así como la incorporación de criterios de sostenibilidad en los destinos turísticos venezolanos para, de esta forma, incrementar a largo plazo la participación en el mercado.

El carácter multidisciplinario del turismo y la transversabilidad que caracteriza al concepto de calidad implica relaciones entre los diversos sectores, como lo son: el sector público, privado, asociativo y ciudadanía en general y agentes políticos, técnicos, empresarios, profesionales, directivos, socios, usuarios y activistas.

Este impulso pasa no sólo por la creación de productos y servicios turísticos de calidad, sino también por el posicionamiento de una imagen de calidad sólida en los mercados emisores. La promoción en el país y en el exterior de turismo venezolano se convierte así en un elemento consustancial a la idea de calidad.

En este sentido, la propuesta del plan estratégico plantea una serie de virtudes y esfuerzos desde todos los ángulos que el sector del turismo pueda abarcar. Para ello es importante conocer *grosso modo* la propuesta que servirá como hilo conductor de la puesta en escena en el sector turístico enmarcado en las políticas públicas y la inclusión social en Venezuela, a saber:

### **Visión**

Ser el instrumento para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población venezolana y al fortalecimiento del sistema turístico nacional, a través del posicionamiento de Venezuela en el mercado turístico nacional e internacional como un multidesino capaz de generar nuevas formas

asociativas de inclusión social para el desarrollo sustentable y sostenible, con base en el plan de desarrollo de la nación.

### **Misión**

Fomentar, orientar y consolidar el desarrollo del turismo como una actividad estratégica en la construcción del nuevo modelo socio-productivo a través de la corresponsabilidad de todos los actores que conforman el Sistema Turístico Nacional que permita un desarrollo endógeno integral, en coordinación con las unidades políticas del Estado.

### **Áreas estratégicas a fortalecer**

Una vez realizado un proceso de diagnóstico de las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas en materia del mercadeo turístico para Venezuela, así como las consultas previas entre los actores vinculados en la gestión del turismo tanto a nivel público como a nivel privado, se formulan los siguientes planteamientos los cuales (que) constituyen los lineamientos estratégicos que orientarán las acciones del mercadeo para Venezuela, como destino turístico durante los próximos seis (06) años.

#### **I. Calidad Turística**

Esta área estratégica pretende ante todo, crear un Sistema de Calidad Turística Nacional como un sistema vivo, en permanente evolución y capaz de ir adaptándose a las circunstancias del entorno y de anticipar a los problemas a los que se puedan enfrentar los integrantes del Sistema Turístico Nacional.

#### **Objetivo**

Impulsar el cambio del sector turístico en su estructura, gestión y expansión a través de la implantación de la calidad como herramienta dinamizadora de la sustentabilidad y sostenibilidad de la actividad turística venezolana.

Estrategia 1: Implementación de herramientas para la aplicación de La Política Nacional de Calidad Turística, basada en la participación con los actores vinculados al sector.

Estrategia 2: Consolidación del marco legal para el fomento y desarrollo de la calidad turística.

Estrategia 3: conformación del sistema de calidad turística nacional, con criterios de participación y corresponsabilidad activa por parte de los entes estadales y municipales.

### **Equipamiento turístico**

#### **Objetivo**

Promover el desarrollo de equipamiento físico de los ejes y Núcleos Turísticos establecidos y/o proyectados, a través de acciones coordinadas entre los actores que integran el Sistema Turístico Nacional, con el fin de mejorar la calidad de los servicios del sector.

Estrategia 1: Rescate, recuperación y creación de espacios públicos para la recreación y el disfrute de las comunidades y visitantes.

Estrategia 2: Incorporar a las comunidades en el proceso planificación, a partir de la identificación de las necesidades de servicios y de equipamiento turístico de sus localidades, en el marco del desarrollo endógeno y el modelo de inclusión socioproductiva. Acción 2.1: Ejecución de Gabinetes Móviles y/o Asambleas Comunitarias con fin de garantizar la participación de los actores involucrados. Acción 2.2: Creación de un banco de datos de proyectos formulados por las Gobernaciones, Alcaldías, Concejos Comunales y Comunidad Organizada, a los fines de conocer las necesidades de servicios y equipamiento.

Estrategia 3: Gestionar con los organismos competentes la ejecución de las obras de infraestructura necesarias para garantizar la comunicación y accesibilidad a los espacios identificados, tales como: puertos, aeropuertos, muelles y terminales de transporte terrestre.

Estrategia 4: Promover la participación del sector privado en el proceso de consolidación de los Nudetur, a través de la inversión de proyectos para el fortalecimiento de la planta física hotelera y de servicios asociados al

turismo.

## **II. Financiamiento**

Con esta área se busca promover y regular lo concerniente al otorgamiento de recursos financieros, por medio del sector bancario y las instituciones financieras a los distintos prestadores de servicios turísticos. Esto llevará a garantizar una justa distribución de la riqueza, generar fuentes de empleo, impulsar un nuevo modelo productivo bajo una visión humanista y procurará la diversificación socio - productiva.

### **Objetivo**

Consolidar los mecanismos de financiamiento en el sector turismo para favorecer a los distintos prestadores de servicios turísticos presentes en el territorio nacional; así como, potenciar las nuevas asociaciones socio - productivas en el marco de la economía solidaria.

Estrategia 1: Articular con el sistema financiero nacional e internacional el desarrollo de mecanismos de financiamiento de fácil acceso para el sector turístico.

Estrategia 2: Simplificar y optimizar los criterios para la obtención de financiamiento a los prestadores de servicios turísticos con la cooperación de los entes regionales de turismo.

## **III. Fortalecimiento Institucional**

### **Objetivo**

Consolidar los mecanismos de articulación intersectoriales con los distintos actores del Sistema Turístico Nacional (STN), para el fortalecimiento de redes orientadas al posicionamiento del producto turístico Venezuela y el afianzamiento de la cultura turística.

Estrategia 1: Creación de redes organizacionales a nivel nacional

(estadal, municipal) e internacional, a objeto de articular esfuerzos en el sector turístico.

Estrategia 2: Implementación de estructuras tecnológicas, que contribuyan a incrementar el desempeño de la gestión del Sistema Turístico Nacional.

Estrategia 3: fortalecimiento del marco legal que garantice el desarrollo de la actividad turística.

Estrategia 4: Evaluar y adecuar la estructura funcional relacionada con la actividad turística, a fin de dar respuesta a los cambios sociales, políticos, económicos y culturales que se producen en el país.

#### **IV. Mercadeo**

El mercadeo turístico en Venezuela se regirá por la política de Posicionamiento del Producto Turístico. Para ello, el objetivo central bajo el cual se dará cumplimiento a esta política es el siguiente.

##### **Objetivo**

Posicionar a Venezuela como un destino biodiverso, pluricultural y multiactivo, a través de productos de calidad que generen experiencias diferenciadoras, y por consiguiente incrementen el gasto turístico.

Estrategia 1: Implementación de herramientas de planificación para el mercadeo turístico nacional e internacional.

Estrategia 2: Desarrollar investigaciones de mercados de manera permanente.

Estrategia 3: Promover, conjuntamente con los operadores turísticos, la adecuación de los productos a los gustos y preferencias de los mercados.

Estrategia 4: Fortalecer las acciones de comercialización turística del producto Venezuela.

Estrategia 5: Promover mecanismos de articulación para reducir los

niveles de estacionalidad, aumentar el índice de repetición de viajes y el promedio de estadía de los turistas en los destinos.

## **V. Patrimonio Turístico**

El patrimonio natural y cultural forma parte de la identidad de una nación, región o localidad, que a través de su integración y valoración constituyen el aporte turístico más importante a ofertar.

Actualmente el turista exige una mayor participación en la cultura local, además de un conocimiento amplio de los destinos y de las actividades propias de los sitios visitados. En este sentido la nueva tendencia del turista conduce a la definición de políticas, acciones y proyectos para propiciar una mayor atención al patrimonio, a fin de reconocerlo, valorarlo y fortalecerlo con fines turísticos.

### **Objetivo**

Fortalecer el patrimonio natural y cultural como parte del producto turístico, con criterios de sustentabilidad en las zonas turísticas, a través de acciones y/o proyectos que consoliden y resguarden el patrimonio para su comercialización nacional e internacional.

Estrategia 1: Rescate y revitalización de centros históricos y cascos tradicionales a fin de fomentar la memoria arquitectónica y cultural del patrimonio como parte del producto turístico.

Estrategia 2: Gestión del Levantamiento y actualización del Inventario del Patrimonio Turístico (I.P.T.) a nivel nacional.

Estrategia 3: Participación con los organismos competentes, en los estudios y proyectos para la elaboración de los Planes de Manejo en áreas con valor patrimonial.

## **VI. Sensibilización, Capacitación y Formación**

Esta área promoverá las estrategias de desarrollo del Ejecutivo

Nacional en materia de formación, capacitación y sensibilización en el sector turístico, para el desarrollo de valores, conocimiento, habilidades y destrezas que ayuden a la consolidación de la cultura turística; y permitan generar procesos de cambios de las distintas organizaciones sociales hacia las oportunidades socioproductiva que fomenta el Estado en materia turística. En este orden de ideas se plantean, estrategias y acciones para cada momento de aprendizaje previstos en este plan.

### **Objetivos**

Fomentar el desarrollo de valores, conocimientos, habilidades y destrezas del talento humano actual y potencial vinculado a la actividad turística.

Desarrollar, conjuntamente con las instituciones de educación turística formal, procesos de investigación en el área turística orientados a la producción y divulgación de conocimientos técnicos, teóricos y metodológicos.

Promover la ejecución de planes, programas y proyectos de formación, capacitación y sensibilización turística orientados al fortalecimiento de la cultura turística y la inclusión socioproductiva de la población.

### **Estrategias de sensibilización:**

Estrategia 1: Institucionalizar el sistema nacional de sensibilización turística.

### **Estrategias de capacitación:**

Estrategia 1: Desarrollar un modelo de detección de necesidades de capacitación y formación turística.

Estrategia 2: Crear el sistema venezolano de actualización y capacitación turística del talento humano.

### **Estrategias de formación:**

Estrategia 1: Desarrollar un sistema de becas que permitan fortalecer

las competencias del talento humano de la actividad turística.

## **VII. Turismo Popular**

El turismo en la actualidad debe promover la integración el desarrollo y la cohesión social, por cuanto lo que se quiere es convertir esta actividad en modeladora de una nueva sociedad; es así como en Venezuela se busca promover el Turismo Popular como: "generador de bienestar económico, preocupado por atender e integrar a todos los segmentos de la población, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, en su mayor integración personal y social, reconciliando el desarrollo turístico, la protección ambiental y el respeto por la identidad de las comunidades locales, suscitando el desarrollo sin agotar los recursos, aumentando la posibilidad de cooperación e intercambio de saberes entre los ciudadanos" Declaración de Montreal.

### **Objetivo**

Establecer mecanismos que permitan la inclusión de la ciudadanía venezolana en el disfrute del patrimonio turístico del país, así como su incorporación en la prestación de servicios turístico, mediante procesos participativos, de autogestión y cogestión a través de procesos de sensibilización, formación y capacitación, en un marco de corresponsabilidad y equidad social, bajo criterios de desarrollo endógeno como ámbito de acción prioritaria.

Estrategia 1: Inducir, promover y/o consolidar la organización comunitaria en el ámbito nacional, estatal y municipal a través de la participación en la acción, en el debate y en la toma de decisiones, procurando mejorar condiciones de vida y forjar nuevas articulaciones sociales.

Estrategia 2: Fomentar el diseño de proyectos dirigidos al disfrute de la actividad turística - recreativa para los niños, niñas, adolescentes y jóvenes en edad escolar, el adulto (a), al adulto y adulta mayor y a las personas con discapacidad o necesidades especiales, además de contemplar la inclusión de los trabajadores y trabajadoras, asalariados y asalariadas y a los informales.

Estrategia 3: Fomentar el diseño de programas para la incorporación de las comunidades a la prestación de servicios turísticos, logrando así el

desarrollo socio productivo a través de la generación de empleo.

Es así como el carácter integrador de la actividad turística y los principios antes citados en el Plan son compartidos por muchos sectores de la sociedad. Incluso es propicio y se ajusta en la actualidad a aquello que en una oportunidad señaló Juan Pablo II (1986) en la cita:

...El fin último del desarrollo turístico no consiste, pues, en el beneficio económico, aun a escala nacional, sino más bien en el servicio ofrecido para beneficiar la persona considerada en toda su integridad, es decir, teniendo en cuenta sus necesidades, tanto materiales como espirituales. (p.431)

Este sentido, se da un abordaje que abarca los servicios de hospitalidad de manera pertinente y que engloba las necesidades del visitante, permite a su vez desarrollar aspectos que antes no eran tomados en cuenta y que ahora forman parte necesaria de toda la estructura que engloba el sector turístico.

#### **4.2.- HACIA UN PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO DE BASE COMUNITARIA**

El modelo de desarrollo turístico que viene implementándose en Venezuela, en la última década, ya dejó clara sus proyecciones.

Por tanto, es el momento de pensar en ampliar un modelo de desarrollo turístico más justo, enfocado en el desarrollo social de las comunidades receptoras.

En la actualidad, los impactos negativos provenientes del turismo de masa ya claman por atención, imaginar un escenario de aquí a 20 años, cuando las proyecciones hechas por la OMT dan cuenta de un 100% más en el flujo de turistas por el mundo. Las cuestiones conectadas a ese tema son foco de debate no solo en Venezuela.

En países de Caribe, donde el modelo de desarrollo turístico adoptado en las últimas décadas se basa en grandes complejos con todos los servicios incluidos (*all inclusive, resorts*), el debate sobre quiénes son los verdaderos

beneficiarios de la industria del turismo gana una importante dimensión.

En una investigación publicada por la ONG Tourism Concern, República Dominicana, fue uno de los mayores destinos turísticos de la región de América latina, con más de 50 mil cuartos disponibles en sus hoteles, presentó entre 1996 y el 2000 el mayor crecimiento económico de las Américas, impulsado por el incremento del flujo turístico.

Las experiencias desarrolladas en Venezuela y en el mundo apuntan caminos más sustentables para el sector. Como ya se ha presentado en esta investigación, los proyectos de desarrollo, teniendo como principio o directriz el turismo de base comunitaria, presentan resultados más satisfactorios, en lo que se refiere a las cuestiones sociales, culturales y ambientales.

Por tanto, pensar en un programa nacional que fomente y promueva esa modalidad de turismo a partir de las políticas públicas con carácter de inclusión social, puede ser una alternativa interesante para el desarrollo del sector turístico en Venezuela.

Por ser un país con una ubicación generosa, Venezuela presenta una diversidad cultural y natural que difícilmente será encontrada en otros lugares del mundo. La implantación de complejos hoteleros internacionales ignoraba lo que podemos ofrecer, homogeneizando nuestra diversidad y concentrando el flujo de turistas en algunos destinos ya consagrados.

Por otro lado, un Programa Nacional de Turismo de Base Comunitaria (PNTBC) enmarcado en las políticas públicas y los planes de gobierno actual, estimularía nuestra diversidad, develando una riqueza cultural y natural que sorprendería a muchos venezolanos y despertaría la curiosidad de los extranjeros.

Esta propuesta está en consonancia con las principales directrices presentadas en el Plan estratégico Nacional de Turismo 2009-2013 y contribuiría de forma decisiva en el cumplimiento de las metas divulgadas en ese documento. Un acercamiento hacia programa nacional de turismo de base comunitaria estaría enmarcado en los lineamientos antes presentados, por

tanto a continuación se presentara en líneas generales el esbozo de ese programa.

### **1. Objetivos Generales**

- Promover el desarrollo integrado y sustentable de localidades con potencial turístico;

- Beneficiar directamente las comunidades locales a través del aumento del flujo de visitantes

### **2. Objetivos Específicos**

- Diversificar la oferta turística con la consolidación de la modalidad "Turismo de Base";

- Promover infraestructura básica y específica para el turismo;

- Crear una base de informaciones;

- Calificar el mercado de trabajo;

- Fomentar la promoción desde los emprendedores comunitarios;

- Incentivar la creación de cooperativas y asociaciones;

- Establecer espacios colectivos de debates;

- Divulgar y comercializar los destinos.

### **3. Directrices**

El PNTBC estaría estructurado a modo de concretizar desde las regiones del país, una verdadera promoción en la oferta turística venezolana, vinculando el sector a la promoción del desarrollo social en el nivel local, orientando las acciones para:

- Valoración de la diversidad cultural y de los modos de vida tradicionales;

- Vinculación comunitaria aliada a la promoción de la ciudadanía;

- Articulación y asociaciones entre los diversos actores sociales, entre ellos las diferentes instancias gubernamentales, sociedad civil organizada, instituciones de enseñanza, empresarios y trabajadores, comunidades y turistas.

#### **4. Estrategias**

El PNTBC sería constituido por dos esferas de gestión: una responsable por la coordinación general del programa y otra responsable por las acciones locales. De esa forma, cada destino donde el programa actuará tendrá un núcleo gestor local independiente, directamente, conectado a la coordinación

##### **4.1.- Gestión institucional Coordinada**

La gestión coordinada facilita el establecimiento de asociaciones institucionales entre las diversas instancias del gobierno, la iniciativa privada y la sociedad civil, promoviendo la transversalización de las acciones orientadas al sector. Para asegurar tales acciones, el PNTBC contaría con la estructura de gestión nacional, apoyada por un sistema de información (indispensable para la acción descentralizada).

El éxito del Programa también está vinculado cambios en las relaciones de mercado y a la adopción de nuevas formas de comercialización del producto turístico venezolano.

##### **4.2. Gestión Local**

La actividad turística acontece en la escala local y es en ella que las acciones de organización y gestión de territorio deben estar apoyadas. La planificación participativa demanda espacios públicos abiertos para el debate con el conjunto de actores sociales y económicos interesados en la promoción del turismo, llevando en cuenta las particularidades de cada región. La articulación y la formación de asociaciones con ONG's e instituciones académicas contribuye para una mejor opción de la dinámica local y son

esenciales para el éxito del Programa.

## **5. Acciones Operacionales**

Para cada esfera de gestión del PNTBC serán ofrecidos un conjunto de subprogramas que permiten viabilizar los objetivos propuestos. Para la Gestión Institucional Coordinada, todos los subprogramas ofrecidos serán fundamentales para el funcionamiento del Programa; por tanto, la Gestión Local tendrá la opción de escoger los subprogramas que mejor atienden a las necesidades de cada localidad.

A continuación serán presentados los objetivos de cada subprograma.

### **5.1. Gestión Institucional Coordinada**

#### **5.1.1. Subprograma de Gestión y Articulación Interinstitucional**

- Coordinación general de las acciones del PNTBC;
- Articulación con los demás programas de desarrollo en el Ministerio del turismo;
- Articulación con los demasados sectores del gobierno y de la sociedad en general.

#### **5.1.2. Subprograma de Fomento al Turismo de Base Comunitaria**

- Divulgar el PNTBC en los municipios y comunidades con potencial turístico;
- Atracción de nuevos destinos;
- Captación de inversiones en las agencias internacionales.

#### **5.1.3. Subprograma de Intercambio de Experiencias**

- Creación de un Fórum de Discusiones permanente;
- Trabajar con redes cooperativas;

- Crear base de información.

#### **5.1.4. Subprograma de Divulgación y Marketing**

- Divulgación institucional de la modalidad “Turismo de Base Comunitaria”;

- Divulgación de los destinos;

- Realizar investigaciones de sobre la demanda.

#### **5.1.5. Subprograma de Seguimiento y Evaluación**

- Creación de indicadores impactantes del PNTBC;

### **5.2. Gestión Local**

#### **5.2.1. Subprograma de Gestión y Articulación Interinstitucional**

- Establecimiento de los arreglos políticos locales;

- Identificación de los Actores Sociales;

- Articulación con los demás sectores de gobierno y de la sociedad orientada a la viabilización de los demás subprogramas;

#### **5.2.2. Subprograma de Infraestructura Básica**

- Levantamiento de las carencias en términos de saneamiento, agua, basura, puestos de salud, escuelas, entre otros;

- Articulación junto a los órganos responsables para suplir tales carencias;

#### **5.2.3. Subprograma de Infraestructura y Logística para el Turismo**

- Mapeamiento y levantamiento de carencias de la infraestructura orientadas para el turismo ya existente;

- Mapeamiento y levantamiento de carencias de la logística (sistema de transportes, sistemas de agencias y control de ocupación, entre otros).

#### **5.2.4. Subprograma de Inventario Participativo de los Atractivos Turísticos**

- Debates junto a la comunidad receptora para la definición de los atractivos naturales, históricos y culturales;

- Definición de rutas.

#### **5.2.5. Subprograma de Fortalecimiento Institucional**

- Trabajar en la creación de cooperativas y asociaciones en el fortalecimiento de las ya existentes;

- Establecer foros de debates y consejos locales u otros canales de integración;

- Establecer acuerdos y códigos de conducta.

#### **5.2.6. Subprograma de Capacitación y Cualificación Profesional**

- Identificar de forma participativa las necesidades locales en cuanto a la capacitación;

- Invertir en la formación de liderazgos locales;

- Establecer asociaciones con instituciones académicas y/o servicios sociales autónomos;

- Incentivar las acciones emprendedoras de manera solidaria;

- De un modo general, instrumentalizar a la comunidad para una efectiva participación en el proceso.

#### **5.2.7. Subprograma de Financiación Comunitaria y Microcrédito**

- Buscar pequeños préstamos para las personas que quieran invertir en la creación o ampliación de micros, pequeñas y medianas iniciativas orientadas hacia el turismo como la creación de un Fondo Rotativo;

- Incentivar la creación de iniciativas comunitarias;

### **5.2.8. Subprograma de Comunicación y Educación Ambiental**

- Divulgar las acciones y la marcha del programa en la comunidad;
- Promover actividades de educación ambiental integradas a las escuelas como tema fundamental de forma transversal;
- Capacitación de los profesores;
- Promover actividades de educación ambiental orientadas hacia los turistas.

### **5.2.9. Subprograma de Ordenamiento Territorial**

- Prestar asesoría jurídica en las cuestiones agrarias (problemas relativos la posesión de la tierra creación de Unidades de Conservación, conflictos entre Unidades de Conservación, entre otros)

### **5.2.10. Subprograma de Seguimiento y Evaluación impactante del Turismo**

- Indicar una metodología para definición de patrones aceptables impactantes y seguimiento la capacidad de soporte para actividades decurrentes del turismo;
- Propiciar el establecimiento de instrumentos de gestión de los visitantes, seguimiento de los impactos ambientales y adopción de acciones correctivas implementados por la comunidad local;
- Hacer registros de la visita y organizar levantamientos sobre el perfil y la percepción de los visitantes.

## CONCLUSIÓN

A lo largo de este trabajo se han presentado las enormes posibilidades que la actividad turística ofrece para dinamizar la economía de un modo general, pero, principalmente, la economía en la escala local donde, efectivamente, el turismo se dé.

Sin embargo, también es algo que no se revierte en condiciones de vida para las comunidades receptoras que, dependiendo del modelo de desarrollo turístico adoptado, pueden quedarse los márgenes de los beneficios generados por la actividad.

Difícilmente se encontrará una actividad económica salvadora que promueva las transformaciones necesarias en nuestra sociedad. Tales transformaciones sucederán, solamente, cuando el conjunto de las actividades que fueron pensadas, planeadas y ejecutadas teniendo como directriz la mejora en la calidad de vida de la población, caracterizando una verdadera política de desarrollo y no sólo de crecimiento económico.

Comprender el desarrollo como expansión de las libertades (SEN, 2002) implica hacer que las atenciones se vuelvan, primordialmente, para el incremento de las capacidades de las personas de llevar el tipo de vida que ellas valoran, enfatizándoles la condición de agentes políticos en un proceso de superación de las privaciones de libertades que limitan elecciones y oportunidades personales y comunitarias.

Lo decisivo no son las formas y medios, pero si los fines: la ampliación de las libertades sustantivas de las comunidades situacionalmente afectadas como agentes y beneficiarios en la implementación de las prácticas turísticas.

Se ha enfatizado la importancia y valor de las experiencias de turismo de base comunitaria -que sean implementadas en una inmensa variedad de formas- ya que se puede observar que existe una posibilidad y no una visión determinista y prescriptiva de los caminos del desarrollo sitiado y del turismo en particular. Tal y como se ha expresado en el trabajo, estas iniciativas no poseen una configuración fija.

Lo que se destaca es el significado de tales iniciativas comunitarias para la democracia y la calidad de vida; es decir, que las comunidades estén o no reunidas en cooperativas, micro-empresas, sindicatos u otras formas de libre asociación, y quieran existir o no redes solidarias como entes no-gubernamental internacional o sólo nacional.

Por tanto, la propuesta y lo antes revisado orientan a estrategias de desarrollo que deben ser comunitariamente enraizadas, lo que implica reconocer el protagonismo de la economía social en la prestación de diversos servicios intensivos en información. Y eso incluye –tal y como se ha presentado- una amplia gama de servicios turísticos y de la hospitalidad enmarcado en las políticas públicas de inclusión social.

Finalmente, se puede afirmar que en Venezuela, el turismo de base comunitaria es una propuesta dentro de las políticas del turismo en la actualidad venezolana. Sin embargo, el desarrollo sitiado y sustentable, con foco en la ampliación de las libertades sustantivas, necesita de acciones que extrapolan las oportunidades generadas por el turismo de base comunitaria tal y como se referencio y propuso en el trabajo, configurando así, un movimiento más amplio que deba abarcar los más variados sectores de la sociedad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, Luis F. (2000) *La implementación de las políticas*. Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa. Ciudad de México.
- Alfonso, Roque (1990). *La Calidad Soy Yo*. Ediciones Galac, Caracas.
- Antonio, Guilherme & Costa, Moura (2004). "O Impacto Económico do Dengue no Turismo", Universidade de São Paulo, Brasil: Turismo em Análise, En el Vol. 15, No. 1, Mayo 2004, Brazil.
- Banco Central de Venezuela y MINTUR Recuperado en abril 12, 2012 disponible en <http://www.mintur.gov.ve>
- Baradach, Eugene (1998) *Ocho pasos para el análisis de políticas públicas*, CIDE; México.
- Barretto, Margarita (2004). "*Relações entre Visitantes e Visitados : um retrospecto dos estudos socioantropológicos*". Universidad de Sao Pablo, Brasil: Turismo em Análise, Vol. 15, No. 2, noviembre 2.004, Brazil
- Dos Santos Pires, Paulo (2005). "*Capacidade de Carga como Paradigma de Gestão dos Impactos da Recreação e do Turismo em Áreas Naturais*". Universidad de Sao Pablo, Brazil: Turismo em Análise, Vol. 16, No., mayo 2005, Brazil.
- González R., Marino J. (1998). *Formulación del sistema de seguimiento y evaluación en áreas prioritarias para el desarrollo social: Sector salud*. CIES-Ministerio de la Familia, Caracas.
- Gursoy, Dogan; Rutherford, Denney G (2004). "*Las actitudes de las comunidades de destino hacia el turismo: Determinantes para el apoyo*", pág. 227. Annals, Vol. 6, No. 2, España.
- Lardies, Bosque, Raúl (2004). "La Política de Calidad en los Destinos Turísticos en España: El Ejemplo del Plan de Excelencia Turística en el Valle de Tena". *Cuadernos Geográficos*, Nº 034. Universidad de Granada,

España. Pp 179-195.

Ministerio de Turismo de la Republica Bolivariana de Venezuela: Consulta Regional para las Américas sobre Normas y Sistemas de Calidad en Turismo/2006), Caracas,Venezuela

Ministerio de Turismo de la Republica Bolivariana de Venezuela: Plan Nacional Estratégico de Turismo (2007-2012). Recuperado en abril 11, 09 disponible en <http://www.mintur.gov.ve>

Organización Mundial del Turismo (OMT). Recuperado en octubre 20, 2010 disponible en [http://www.unwto.org/index\\_s.php](http://www.unwto.org/index_s.php).

República Bolivariana de Venezuela (1999), *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*.

República Bolivariana de Venezuela (2000), *Ley Orgánica del Sistema Venezolana para la Calidad*.

República Bolivariana de Venezuela (2005), *Ley Orgánica de Turismo*.

República Bolivariana de Venezuela (2008), Decreto N° 5.999, con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo.- N° 5.889 Extraordinario de la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, del 31 de julio de 2008

Ruiz S., Carlos (2004), *Manual para la elaboración de políticas públicas*, Porrúa, México.

Sánchez Gutiérrez, Arturo (1993), *El proceso de diagnóstico en la elaboración de políticas públicas*, en Perfiles Latinoamericanos, México.

Sistemas de Calidad en Turismo. Colombia, septiembre 2006.

THR (2002), *Plan de Marketing de Turismo de Venezuela*, Fondo Turismo, Caracas.