

Jornadas Internacionales de Turismo Justo: Un reto para el desarrollo Turismo y desarrollo

Amparo Sancho
Profesora Titular de
la Universidad de Valencia
amparo.sancho@uv.es

*El 80% de los pobres del mundo,
los que subsisten con menos de un dólar de EEUU al día
viven en 12 países donde 11 de ellos la actividad turística
es su principal fuente de riqueza.*

Esta frase inicial es una síntesis de la importancia del problema de la vinculación entre turismo y desarrollo, cuando según los datos que proporciona la OMT (2004) el ritmo de crecimiento del turismo internacional en los países de ingresos medios y bajos, en los 10 últimos años, es del 97'5% mientras que ese mismo periodo la variación en los países de ingresos altos era del 36'7%. Igualmente el turismo pudo considerarse en ese periodo el principal fuente de divisas en los 49 países más atrasados (excluido la industria petrolera) y que en los últimos diez años ha tenido un incremento en los ingresos del 45% frente al 7,8% de los países de la UE.

Al turismo se le considera como un sector generador de oportunidades, capaz de crear negocios y empleo (fundamentalmente de mujeres y jóvenes) potenciador de crecimiento y desarrollo de un área, estímulo importante para proteger el medioambiente y las culturas autóctonas, y desarrolla mecanismos que conduzcan a la paz y el entendimiento entre los pueblos.

Pero, junto con estos aspectos positivos que implícitamente trae consigo el desarrollo turístico, son numerosos los problemas asociados a este mismo desarrollo (fugas de la riqueza, impactos negativos socioculturales y medioambientales, etc)

Por lo tanto para que el balance entre los aspectos positivos y negativos de esta actividad sea realmente evidente, es necesario que exista un desarrollo y planificación integral de las áreas donde se desarrolla el negocio turístico y un firme propósito de dirigir una estrategia nueva: **turismo relacionado con las necesidades de los pobres.**

Así lo han puesto de manifiesto en los dos últimos foros de desarrollo sostenible (Johannesburgo 2002, cumbre de las Naciones Unidas para el desarrollo sostenible 1999) donde se insta a los gobiernos a aprovechar al máximo las posibilidades del desarrollo turístico con miras a erradicar la pobreza , elaborando estrategias adecuadas con todos los agentes y las comunidades locales indígenas.

El turismo, por lo tanto, ha reconocido todos los derechos de la ideología del desarrollo de las últimas décadas. La noción de "turismo y desarrollo" debe entonces comprenderse dentro del contexto general de "ayuda al desarrollo", con el convencimiento de que el turismo puede conducir a los países menos avanzados(PMA) a aumentar su participación en la economía mundial (reunión de Gran Canarias, 2001)

Existen dos formas de plantear este reto:

- La primera es la consideración del turismo como desencadenante del desarrollo. Donde el entorno donde se desenvuelve sería en una región con dificultades, una dinámica económica basada en productos turísticos.
- La segunda forma consiste en considerar el turismo como un aporte suplementario a una dinámica preexistente, adjuntar las actividades turísticas a las demás actividades de desarrollo ya empleadas en la agricultura, la educación, la igualdad entre sexos, la revalorización de la cultura local etc.

Esta última forma es, evidentemente, mucho más rápida de poner en práctica, mejor adaptada a las necesidades locales y deja a estas mucho menos expuestas a las variaciones y fluctuaciones de la actividad turística.

Desde este punto de vista las asociaciones internacionales y el sector privado reconocen esta labor y responden al desafío que esta reto lleva implícito.

La OMT establece como objetivos prioritarios la atenuación de la pobreza y desarrolla el Código Ético Mundial para el Turismo (1999) donde prioriza los aspectos de "participación equitativa de la población local en los beneficios económicos, sociales y culturales de Turismo". Otra aportación de la OMT ha

sido los acuerdos con la Organización Mundial de Comercio (OMC) y con la UNCTAD (en Johannesburgo 2002) donde se presentan los puntos siguientes como prioritarios:

- Importancia de unos mercados turísticos abiertos para el desarrollo socioeconómico de los países pobres.
- Eliminar las barreras que dificultan el desarrollo del crecimiento turístico y que afectan a la cadena de suministro.
- Creación de un marco de competencia justa.
- Definir eliminar y mitigar fugas
- Transportes sin trabas
- Creación de servicios para el turismo y la población local
- Creación de 5000 pequeños proyectos en 2015 con la ayuda de diferentes Fundaciones Internacionales.
- Discriminación positiva par los pobres.

El sector privado reconoce igualmente el programa de turismo y desarrollo que se traduce en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), Global Reporting Initiative (Iniciativa de los Tour Operadores para el Desarrollo Sostenible, 2003), y el movimiento del Comercio Justo. Muchas empresas turísticas (operadores, agencias, hoteles, etc) han colaborado con proyectos concretos (complejo Nusa Dua, Humla, Comunidad Cofán, Maputaland, Uganda, etc) donde aspectos relacionados con el comercio local, inclusión en sus rutas de zonas y artesanía locales, guías a los turistas etc. han sido prioritarios.

Muchas de estas iniciativas han supuesto una mejora en la orientación y calidad de los negocios establecidos y una mejora en el desarrollo de la actividad local.

Turismo justo

Esta expresión conceptualiza el turismo como forma de comercio justo, lo que implica adoptar nuevas normas según las cuales las diversas partes interesadas desarrollan, venden y gestionan sus negocios de manera responsable par crear una ventaja competitiva. Reconoce además responsabilidad del gobierno y del sector privado en involucrar al turismo

aquellos grupos que han sido relegados hasta ese momento. De esta forma, el turismo justo toma en cuenta una "justa" remuneración de los productores, exige que el intercambio de los productos sea totalmente garantizado e impone cierto número de prácticas. Supone una organización coherente y un plan de toda la cadena de producción.

Este planteamiento, surgió a finales de los años 90 de mano de la ONGs y aún las dos ideas fundamentales de turismo sostenible y ético y se le asocian una serie de condiciones para que resulte factible tales como:

- Coalición de todos los actores y operadores en una alianza de compromiso a largo plazo bajo la forma de un contrato concertado (por ejemplo entre operadores y prestatarios locales, entre estos últimos y el personal..)
- Mentalización de los viajeros conscientes que por sus actos y actitudes, pueden favorecer a desarrollar las zonas. Gran sensibilización sobre los problemas sociales y medioambientales;
- Nueva concepción del ocio y de la participación social (asociacionismo, voluntariado). La búsqueda de nuevas experiencias, como factor motivacional
- Adoptar un planteamiento integrado con otros sectores y evitar una excesiva dependencia del turismo.
- Participación de las comunidades de acogida en la definición y gestión turística y en la recepción de los beneficios, para lograr una distribución equitativa de la riqueza y una disciplina financiera.
- Compromiso de todos los agentes en el desarrollo de la zona en un comercio justo, reduciendo las fugas o filtraciones de la economía local, centrándose en la cadena de distribución con el fin de asegurar que el turismo tenga un efecto multiplicador de riqueza suficiente.
- Creación de microempresas
- Reducción de la estacionalidad.
- Derechos humanos reconocidos, protección de los niños y acceso a la información para tomar decisiones lo que implicaría eliminación de barreras.
- Uso sostenible de los recursos naturales, humanos (sueldos y condiciones de trabajo)

- Formación.
- Utilizar los recursos de forma muy variada e integral.
- Seguimiento del proyecto para evaluar los efectos del turismo y la pobreza.

¿Con qué problemas se encuentra estas iniciativas?

- Disponibilidad de capital y financiaciones adecuadas con una gran dependencia de los capitales extranjeros.
- Falta de propiedad de la tierra.
- Fugas cuantiosas (cantidades gastadas en el extranjero para satisfacer las necesidades de los turistas).
- Falta de conocimiento empresarial y fuerza organizativa
- Problemas de falta de educación en las mujeres que las imposibilita para una gestión mínima empresarial
- Deficiencia de infraestructuras
- Desconocimiento de los mercados de mercancías y turísticos internacionales, por lo que están sujetos a las iniciativas extranjeras.
- Alteraciones sociales y culturales
- Falta de garantías de que los ingresos se distribuyan equitativamente.
- Falta de sensibilización de los turistas (regateos excesivos)

Ahora bien este proyecto no debe de olvidar algunos **requisitos fundamentales** en el desarrollo turístico ya que de no cumplirlos puede volverse contra ellos, como podría ser:

- Garantía de satisfacer los requisitos de calidad y fiabilidad de las empresas turísticas con el fin de mantener un alto nivel de satisfacción de los turistas.
- Capacidad para satisfacer demandas.
- Normas de salubridad y seguridad exigida por empresas de turismo y por la directiva de la UE sobre viajes combinados.
- Calidad de los servicios

- Acoso a los turistas
- Intervención de los niños.
- Información detallada.
- Políticas de transparencia en precios y contratos.

Turismo solidario

A raíz de este planteamiento han surgido conceptos e ideas tales como: “turismo alternativo”, “turismo integrado”, “turismo de desarrollo”, “cooperación turística”... que aparecen integrados dentro de los nuevos escenarios del llamado **turismo solidario**.

Ésta forma de turismo se concibe así como aquella en que “la solidaridad constituye la principal motivación del viajero”.ONG’s, asociaciones de desarrollo y ciertas fundaciones “se apropian” del concepto y lo utilizan de una manera extensiva y en ***Canal solidario (2002) lo definen así "aprovechar el tiempo de vacaciones para colaborar en algún proyecto de un país en desarrollo"***.

Esta frase podría resumir la motivación de un número cada vez más elevado de personas que expresan este deseo a través de distintos canales. Sin embargo, detrás de esta declaración de intenciones subyacen ideas, deseos, intereses, conceptos, realidades sociales, realidades locales que hacen que se presente un fenómeno complejo y lleno de matices, susceptible de profundizar en las variables que lo originan. Existe una confusión conceptual así como una falta de conocimiento y estructuración, sobre un fenómeno que es cada vez más evidente en nuestra sociedad.

Este tipo de turismo tiene sus antecedentes en el llamado **turismo integrado** que surgió en los años 60 y 70 a partir de las experiencias del francés Cristian Saglio en la región de Casamance (Senegal). Llevando sus competencias al servicio de las poblaciones locales les ayudó a crear un dispositivo de acogida que les fuera específico, es decir, conforme a sus tradiciones locales y en el cual la gestión correspondiera a las prácticas y a los ritmos estacionales

locales. Los beneficios de este sistema serían gestionados por un sistema bancario local del que se aprovecharía toda la población para su desarrollo comunitario.

Su ejemplaridad en su época ha hecho del turismo integrado un precursor, inspirando cantidad de trabajos teóricos y sirviendo de modelo para el “turismo comunitario”. Este último designa las formas turísticas propuestas y gestionadas por las propias comunidades locales, de forma que se integren de manera armónica en las diversas dinámicas colectivas, sociales y medioambientales del lugar de acogida

El turismo solidario introduce una relación de solidaridad entre el turista y la población de acogida y trata de aprovechar la práctica turística para establecer nuevas relaciones con las poblaciones locales.

Su finalidad es llevar al turista a una forma de solidaridad concreta con las poblaciones visitadas. Puede tomar variados aspectos como, por ejemplo el sustento de un proyecto de desarrollo y se inscribe en la durabilidad de apoyo, garante del compromiso y de la durabilidad de las acciones de solidaridad.

Desde la perspectiva de la “demanda” aparece un interés latente y ascendente hacia el concepto de “solidaridad”, lo que produce una motivación en diversos segmentos hacia “ocupar el tiempo de ocio-vacacional en colaborar en proyectos solidarios”.

Desde la perspectiva de la “oferta”, hay cierta reticencia hacia la conjugación de los conceptos “turismo” (ligado siempre ideas como vacacional, ociosidad y con carácter puntual) y “solidaridad” (entendiendo este concepto en un sentido de cooperación constante y compromiso). En cualquier caso se sigue “ofertando” turismo solidario, entendido como “un impulso cada vez más fuerte y cada vez más numeroso” (turismo de paz, 2003).

¿Por qué surge esta necesidad? ¿Cuáles son las variables que inciden en ella?

En las últimas décadas tanto en España como en otros países occidentales se produce un doble fenómeno:

- Por un lado una nueva necesidad social de “hacer algo por los demás” (motivada y sustentada por una serie de cambios sociales); un nuevo “estilo” y filosofía de trabajo, con misiones similares y una orientación hacia la sustentabilidad, solidaridad y justicia en la concepción y ejecución de sus actividades (BITS, número 2 febrero 2003)
- Por otro lado el auge de ONG's, asociaciones humanitarias y de cooperación al desarrollo que sensibilizan y acercan a los ciudadanos a una realidad desconocida y hasta ahora poco accesible.

Algunas veces se ha confundido este turismo con otros conceptos de turismo (aunque su significado es diferente), tales como:

- **Turismo sostenible**, utilizado durante los últimos años en diferentes sentidos el término se refiere a lo que en materia de turismo puede relacionarse con el concepto de “durabilidad” definido durante la cumbre de Río de Janeiro de 1992. El concepto “durable” fue aceptado como traducción del término anglosajón “sostenible”. La extensión del concepto al turismo fue dada en una conferencia celebrada en Lanzarote en 1995 por la OMT, y que dio lugar a la “Carta del turismo sostenible”. (Sancho et al 2001). Esta clase de turismo es sin duda una base fuerte del turismo solidario pero sus fundamentos son diferentes.
- **El Ecoturismo** como concepto apareció a mediados de los 80 en los ambientes naturalistas americanos para alertar a la población del desgaste causado por la visita frecuente de espacios naturales. En 1999 esta definición se institucionaliza con la creación de la Sociedad Internacional de Ecoturismo. “El ecoturismo es una forma de viaje responsable en los espacios naturales que contribuye a la protección del medio y al bienestar de las poblaciones locales” es la definición más extendida. Ahora bien este

tipo de turismo puede ser tan poco solidario como el turismo tradicional dado que sus fundamentos son diferentes.

Los productos turísticos son pues conducidos con un cuidado particular a la naturaleza en aquellas zonas poco perturbadas por el hombre. Implica tanto a operadores como a clientes en el hecho de ser responsables respecto al destino visitado y respetar los sitios y culturas locales, dentro de una óptica de desarrollo sostenible.

A menudo utilizado como un simple argumento de marketing, el ecoturismo ha sido el pretexto de la aparición de nuevos productos turísticos más especializados (descubrimiento de flora y fauna, en detrimento de la visión general de la ecología, por ejemplo)

Hay que hacer notar asimismo que esta definición está en constante evolución: en la cumbre mundial del Ecoturismo, celebrada en Mayo de 2002 en Quebec, se ha insistido en la dimensión humana y solidaria de esta forma de turismo

- **Los viajes de solidaridad:** Se trata de una derivación de los viajes de inmersión pero con la particularidad de que se da hacia una población con circunstancias graves (guerras, conflictos...). Junto a estos problemas las comunidades que los padecen son reducidas a guetos sociales y culturales.

Un conjunto de personas de otros lugares pueden no solamente facilitar el diálogo y la apertura, sino también tener valor de testimonio y declarar en posteriores aclaraciones. Conviene aclarar que estos viajes no tienen nada que ver con los denominados "Reality Tours", que en su mayor parte no son más que "aventuras" a la búsqueda de emociones fuertes.

Marketing Social

Enmarcando las realidades anteriormente expuestas dentro de un esquema tradicional de análisis oferta -demanda, se presenta una necesidad latente por satisfacer en la demanda y un deseo capaz de satisfacerla de manera efectiva e incluso superando las expectativas.

De esta forma el fenómeno que se produce responde de la manera más purista al nuevo enfoque del marketing social, también denominado “el concepto del consumo inteligente,”, “el concepto del imperativo ecológico” ó “el concepto humano” (Kotler, Armstrong, Saunders, Wong, 2000). Este nuevo enfoque añade al enfoque tradicional del marketing la responsabilidad social de las organizaciones. Los autores se cuestionan lo siguiente: ¿Tiene el “Marketing” un papel importante en el binomio turismo-desarrollo? o ¿el simple concepto de marketing ignora los posibles conflictos entre los deseos a corto plazo del consumidor y su bienestar a largo plazo?.

La respuesta evidente es que debe existir un planteamiento responsable en la utilización del marketing que sea capaz de mantener el equilibrio entre tres variables: utilidades de las organizaciones (beneficios expresados en cualquier término), deseos del consumidor, intereses de los destinos.

En definitiva una llamada a la responsabilidad comunitaria y ambiental así como a la ética y a la responsabilidad social. Dentro de esta disertación y subrayada como una de las principales tendencias del Marketing se encuentra el crecimiento del marketing no lucrativo. Ejemplo de estas practicas se encuentra cada vez más en las empresas turísticas. Por ejemplo “Raimbow tours” ofrece viajes personificados a África donde realiza una labor de marketing responsable, promocionando destinos menos conocidos y realizando gestiones de alojamiento en empresas locales. Este comportamiento lo explica en el dorso de sus folletos.

En cualquier caso el primer planteamiento para una realización de una función de marketing responsable debe de pasa por una aproximación conceptual

importante por parte de la demanda de turismo y de ocio, convirtiéndose en lo que se plantea como “**ocio responsable**”, creando así una dimensión solidaria del ocio y que permite hablar de un ocio entendido como vivencia social, comprometida y altruista, de la satisfacción enraizada en el hecho de ayudar desinteresadamente a los otros, independientemente de la actividad realizada en sí misma.

Ejemplificada en grupos de voluntariado y asociaciones de ocio, el desarrollo de la dimensión solidaria se corresponde con comunidades abiertas, en las que madura la responsabilidad y el compromiso, cuyo fundamento descansa en la voluntariedad y la libre elección. Tiene que cumplir estas seis características:

1. Necesidad ocasional de perseverar, que habitualmente produce sensaciones positivas sobre la actividad al superar adversidades.
2. Los participantes desempeñan una actividad basada en el esfuerzo, en la que tendrán lugar situaciones imprevistas, momentos decisivos y etapas de logro o implicación.
3. Las actividades de ocio serio se caracterizan por un importante esfuerzo personal basado en los conocimientos, formación o destrezas adquiridos de manera específica, y por supuesto en ocasiones en todo a la vez.
4. Se han identificado ocho beneficios duraderos del ocio serio : autorrealización, auto-enriquecimiento, auto expresión, regeneración o renovación de la propia identidad, sentimiento de realización, mejora de la imagen personal, interacción social y sensación de pertenencia al grupo.
5. Es una característica común el especial mundo social de organizaciones, redes y contactos que se desarrollan en torno a cada ejemplo del mismo.
6. Deriva de las cinco características anteriores. Los participantes del ocio serio suelen identificarse profundamente con las actividades que han elegido.

Conclusiones:

Cualquier clasificación de términos turísticos resulta siempre parcial e incompleta, máxime en un ámbito donde el afán normalizador se ve frenado por los constantes cambios. Muchos países menos desarrollados han visto aumentar su desarrollo turístico, incluso en aquellos que hasta hace poco consideraban al turismo como una actividad secundaria.

Esto es, sin duda, una oportunidad para los países en desarrollo pero tiene que estar sujeto a unas directrices marcadas por el "turismo responsable". Ello tiene que pasar necesariamente por una gestión dirigida por un partenariado donde los agentes implicados (destinos, gobiernos, sector privado, sociedad civil, organismos internacionales) establezcan marcos políticos, legislativos, y económico-sociales que permita ir más allá de las propias políticas especuladoras y considerar el turismo como una estrategia de desarrollo para reducir la pobreza.

“Desgraciadamente, el concepto sigue sin entenderse muy bien. Tanto que algunas ONG’s han dejado de organizar viajes porque el coste humano era mucho mayor que los resultados, en lo que se refiere a implicación real de los voluntarios.” (Canal solidario, 2002)

Referencias

Gomez M., Sanahuja, J.A. (2001). La cooperación al desarrollo en un mundo en cambio. Madrid: CIDEAL.

Herrero D. (2003): Turismo solidario: marco de aproximación. Tesina de licenciatura. Universidad de Nebrija.

OMT y UNCTAD (2001): Tourism in the least development countries: Diaz Benavides D. & Perez Ducey Ed.- OMT. Madrid.

OMT (2004): Turismo y atenuación de la pobreza. OMT. Madrid.

OMT (1999): Código ético de turismo. OMT. Madrid.

UNESCO (1995): A Structured List of Descriptors for Indexing and Retrieving Literature in the Fields of Education, Science, Social and Human Science, Culture, Communication and Information. Paris: UNESCO Publishing. (<http://www.ulcc.ac.uk/unesco>)

Sancho A., Garcia G., Pedro.A. y Yague R.(2001): Auditoria de sostenibilidad de los destinos turísticos.

Tour Operators Initiative (2003): Sustainable tourism: The Tour Operator 'Contribution.

WTO (2001): Thesaurus on Tourism & Leisure Activities.
<http://www.tourisme.equipement.gouv.fr/document/Thesaurus.htm>)