

¿Puede el turismo ser una herramienta eficaz, rentable y sostenible para la reducción de la pobreza y el desarrollo de comunidades pobres?

El modelo de gestión de Turismo Rural Comunitario de la Fundación CODESPA

Mónica Gil-Casares Mesonero-Romanos
Departamento Investigación e Innovación Social
Fundación CODESPA

En los últimos años Iberoamérica ha tenido un crecimiento significativo y constante llegando en el 2010 -en un contexto de crisis internacional- a una tasa del 4% de crecimiento anual. En el caso de algunos países como Perú, se ha llegado en este mismo año a más de un 8% de crecimiento económico. Sin embargo, según el coeficiente de Gini¹, esta región se caracteriza también por ser la más desigualdad del planeta en cuanto a la distribución de los ingresos entre su población. En la región, la pobreza alcanza al 33% de sus habitantes, llegando al 52% en el medio rural.

Dentro de este crecimiento económico, el turismo es una fuente de ingresos en muchos de estos países. Concretamente, el turismo en los países andinos constituye uno de los rubros de generación de divisas más significativos, y es considerado como un sector estratégico para el desarrollo de los mismos. Entre ellos, Perú, Bolivia y Ecuador, cuentan con importantes atractivos turísticos -como el Machu Picchu, el

Lago Titicaca y el Chimborazo respectivamente- con un reconocido posicionamiento a nivel internacional, lo cual ha favorecido el incremento del flujo turístico hacia los mismos. Durante el año 2010, el flujo de visitantes internacionales a América del Sur llegó a más de 21 millones, siendo importante en los países andinos. Mientras a Bolivia llegaron casi 650 mil visitantes, al Ecuador lo hicieron más de un millón y al Perú llegaron más de dos millones, una muestra de las potencialidades del sector para las economías de estos países.

A su vez, los principales atractivos turísticos de estos tres países se encuentran localizados en zonas rurales, caracterizadas por una población local con elevados índices de pobreza, medida por la falta de acceso a los servicios básicos, falta de oportunidades para la generación de capacidades locales, desvalorización de sus conocimientos, o la pérdida de su identidad cultural entre otras trampas de la pobreza.

¹ El coeficiente de Gini es una medida que se utiliza normalmente para medir la desigualdad en los ingresos, pero puede utilizarse también para medir cualquier forma de distribución desigual. El coeficiente de Gini es un número entre 0 y 1, en donde 0 se corresponde con la perfecta igualdad (todos tienen los mismos ingresos) y 1 se corresponde con la perfecta desigualdad (una persona tiene todos los ingresos y los demás ninguno). El índice de Gini es el coeficiente de Gini expresado en porcentaje, y es igual al coeficiente de Gini multiplicado por 100. Fuente: wikipedia



La pobreza sigue estando muy presente en estas zonas y las comunidades más pobres no se benefician del turismo. Incluso en el caso de algunas agencias de viaje, se incluyen en sus paquetes turísticos una parada para visitar a comunidades cercanas a los atractivos turísticos - en su mayoría indígenas-, dado el interés de ver a gente con la vestimenta típica, conocer su cultura y formas de vida, e incluso de probarse su ropa y hacerse una foto. Esta actividad, aunque realizada en las comunidades, por lo general genera escaso o nulo beneficio económico para los pobladores, que reciben por contrapartida desechos y basura de los turistas, y la sensación de sentirse un tanto “exóticos”.

En este contexto, el Turismo Rural Comunitario (en adelante, TRC) surge como un posible servicio por parte de estas comunidades dirigido a un turista con sensibilidad, aventurero y/o con interés cultural tanto nacional como internacional; un turista con necesidad de salir de la ciudad y descansar en una espectacular naturaleza; gente cansada del turismo tradicional y con ganas de tener una experiencia distinta y vivencial con otras personas con culturas, maneras de vivir y de pensar inimaginables.

El TRC tiene así grandes posibilidades de convertirse en una herramienta de desarrollo socioeconómico para las comunidades, que les permita generar ingresos adicionales a sus otras actividades agrícolas, ganaderas o comerciales, revalorizar sus culturas indígenas, y respetar el medio ambiente. El TRC puede ser el medio también para integrar a estas comunidades como actores importantes dentro del desarrollo económico de su región.

Con esta visión, Fundación CODESPA, organización no gubernamental dedicada desde hace más de 25 años al desarrollo socioeconómico de personas pobres en países en desarrollo², diseñó un proyecto de TRC financiado principalmente por el FOMIN³ del Banco Interamericano de Desarrollo, Fundación Repsol, Fundación Roviralta, y habiendo recibido

² La misión de la Fundación CODESPA es proporcionar oportunidades a las personas para que puedan, a través del trabajo, desarrollar sus capacidades y ser protagonistas de su propio desarrollo. Confía en la capacidad humana para construir un mundo más equitativo y justo.

³ FOMIN es el Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo.

financiación complementaria de la Junta de Andalucía y de Fons Catalá. El proyecto ‘Desarrollo competitivo del turismo rural en los Andes’ se ha llevado a cabo en Ecuador, Bolivia y Perú en comunidades pobres situadas cerca de los atractivos turísticos del Chimborazo, el Lago Titicaca y el Macchu Picchu. Siendo el proyecto más grande del cluster⁴ de turismo del FOMIN, esta iniciativa ha tenido un carácter regional y una duración de tres años, que han abarcado desde julio de 2008 hasta julio de 2011.

Este proyecto tenía el objetivo principal lograr un **desarrollo inclusivo** de las comunidades campesinas e indígenas a través del desarrollo de una **cadena de valor** del turismo que les genere ingresos económicos y mejoras sociales.

Por el lado de la demanda, CODESPA se ha centrado en fortalecer la **asociatividad empresarial** de las familias y comunidades y desarrollar un **producto turístico**. Para ello, formó y dejó instalada capacidad en las comunidades a través de consultorías de asesoramiento empresarial y comercialización, en temas como hospedaje, gastronomía o atención al cliente, entre otros; identificó y desarrolló posibles productos turísticos junto con las comunidades como “Tejedores de los Andes” o “Medicina Ancestral”.

Otras estrategias han sido la identificación de líderes, el fortalecimiento del trabajo en asociaciones y redes y el apoyo en el diseño de material de marketing y promoción. Con ello, las comunidades pobres han habilitado algunas de



⁴ El Clúster de Turismo del FOMIN tiene el propósito de financiar proyectos de apoyo al desarrollo sostenible del turismo, mediante el mejoramiento del funcionamiento del

sus habitaciones para la acogida de turistas, consiguiendo unos estándares mínimos de calidad a la vez que manteniendo sus estilos culturales.

Por el lado de la oferta, CODESPA se ha centrado en la **comercialización** y en la **generación de alianzas estratégicas con sectores públicos y privados**. Para ello, se han contactado *tour* operadores locales de turismo -especialmente agencias centradas en turismo vivencial o de aventura y/o con estrategia de Responsabilidad Social Corporativa-. También, CODESPA ha acompañado a comunidades rurales a sentarse a dialogar en mesas de concertación con las empresas privadas y funcionarios de las municipalidades sobre el desarrollo del sector turístico en la región.



Un aspecto importante y estratégico a la hora de desarrollar el proyecto ha sido asegurar la **sostenibilidad** de la intervención de desarrollo una vez la subvención llegara a su fin. La transferencia y la sostenibilidad de todo proyecto de TRC a las comunidades se ha tenido en cuenta y trabajado desde el inicio del proyecto. Esta estrategia ha obligado a ocuparse, desde el primer momento, por generar capacidades, involucrar activamente a los participantes, y trabajar la comercialización desde el inicio. El empoderamiento de los actores, el reconocimiento de sus saberes y la

sector, la capacidad y competitividad de las Pymes participantes del mismo.

apropiación de conocimientos e instrumentos debe desarrollarse permanentemente y de forma transversal a lo largo de la vida del proyecto. Igualmente, para lograr dicha sostenibilidad, se ha trabajado la **comercialización** de los servicios turísticos a lo largo del proyecto (y no únicamente al final) y dirigiéndose a empresas privadas para que incluyeran esta oferta turística en su cartera de productos. Dentro de la estrategia de comercialización, se han destacado dos elementos innovadores: la venta de la oferta turística no apela a la solidaridad, sino que se define como un producto interesante culturalmente y a nivel de experiencia y de localización, y de calidad. También como se ha mencionado anteriormente, se ha trabajado con el enfoque de desarrollo incluyente, sin crear sistemas paralelos de venta, sino más bien integrado a los pequeños emprendedores en los circuitos de turismo, trabajando con operadoras y agencias convencionales. Para ello, CODESPA ha contado con el apoyo de la empresa Amadeus.

Los resultados se han centrado principalmente en la generación de ingresos para las comunidades para mejorar su calidad de vida. Pero no sólo se han conseguido estos, sino que también se han dado **mejoras sociales de forma indirecta**. Mediante la actividad turística, se han conseguido mejorar las prácticas en higiene, nutrición, relaciones familiares o el cuidado durante el embarazo e infancia, entre otros. Asimismo, el proyecto ha contribuido a que se eviten malos tratos familiares, incidiendo en la idea de que las situaciones de violencia pueden perjudicar la estancia de los turistas. Esto ha sido el medio para enseñarles buenas relaciones y ha tenido un impacto positivo en sus condiciones sociales.

También, el turismo comunitario, al ser un proyecto que engloba a una familia -por el hospedaje en sus propias casas- y a las comunidades -por tratarse de una oferta de turismo por una comunidad en su conjunto- ha servido para fortalecer las **estructuras familiares**, trabajar el **asociativismo** dentro y fuera de su comunidad y crear **tejido social**.

Para finalizar, es importante indicar la importancia de que cualquier intervención de desarrollo sea del sector que sea (salud, productivo, educación, etc.) debe dejar instaladas capacidades en la sociedad civil, lo

que constituye en mi opinión, el resultado más sostenible de todos. Éste ha sido otro de los objetivos perseguidos por el proyecto. La iniciativa aquí presentada ha trabajado con **emprendedores** y no con beneficiarios. Con una estrategia de desarrollo de capacidades y de trabajo conjunto entre CODESPA y las asociaciones y redes de pobladores, se ha conseguido que estas personas sean protagonistas de su propio desarrollo.

En base a esta experiencia, y gracias a un proceso de sistematización y reflexión, CODESPA está recogiendo su modelo de gestión de Turismo Rural Comunitario basado en tres componentes esenciales: Alianzas Público Privadas (APP), desarrollo de capacidades de los pobladores pobres y calidad en la oferta turística.



Con la publicación "Modelo de Turismo Rural Comunitario de CODESPA. Una experiencia regional andina" CODESPA compartirá su modelo y los resultados del mismo, así como los aprendizajes y las principales recomendaciones y conclusiones de su

experiencia.

La publicación será compartida, debatida y validada con el resto de actores de la cooperación al desarrollo y expertos en turismo en el seminario internacional "Turismo Comunitario en los Andes. Metodologías de Intervención sostenibles" organizado por CODESPA en Cuzco, Perú del 17 al 19 de julio de 2011.



Enlaces de interés:

Ecuador: www.puruharazurku.com

Perú: www.yachaqs.com

Bolivia: www.titicacaturismo.com

Síguenos en Facebook



www.
codespa.
org



Rafael Bergamín 12, 28043 Madrid, ESPAÑA. |

Tel.: +34 91 744 42 40 |

Email: innovación@codespa.org