



Gestión del turismo sostenible y patrimonio cultural¹

Lic. Etelka Debreczeni

*Presidenta Fundadora de la
Cámara Nacional de Operadores de Turismo Receptivo
de Bolivia, CANOTUR*

¹ Comunicación cedida por la autora al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en línea en la sección Análisis Sectoriales: Estudio Compartido sobre "Turismo y Cultura", junio 2003. Charla presentada en la ciudad de Sucre en el Congreso sobre Turismo Cultural del Colegio de Arquitectos de Bolivia.

Presentación

La presente charla tiene como objetivo esclarecer algunos conceptos que permitan establecer con claridad la relación entre Cultura, Patrimonio Cultural y Turismo.

A tal efecto, es necesario, definir, de manera práctica, y no así académica, lo que entendemos por ciertos términos utilizados en la actualidad en relación con estos temas, aunque no siempre con propiedad ni con una comprensión cabal de los mismos.

Significado del concepto "GESTION".

Entendemos por gestión el manejo integral de un proyecto o de un proceso de planificación. El control total del desenvolvimiento de sus componentes. Seguimiento de las actividades programadas. Medición del logro de objetivos propuestos. Readecuación a las condiciones cambiantes.

Los componentes de la gestión son: la Planificación, la administración, el desarrollo de productos, la operación, el desarrollo del capital humano, la coordinación entre los diferentes actores, la mercadotecnia, el monitoreo tanto de impactos como de competitividad del producto y procuración de recursos.

Significado de la palabra "CULTURA".

Entendemos por Cultura al legado del paso del hombre por este mundo, organizado económica, social, ambiental y culturalmente para lograr su sobrevivencia en base a su adecuación y aprovechamiento del medio natural en que habita.

- Los testimonios físicos de este paso que trascienden las inclemencias del tiempo y del espacio, constituyen el patrimonio tangible: Patrimonio arqueológico, pintura rupestre, patrimonio monumental, histórico, artes y artesanías.
- El Patrimonio Intangible constituye el legado de nuestros antepasados en el ámbito de lo imaginario colectivo, con la transmisión oral de hábitos, costumbres, ritos, leyendas, simbología, tradiciones, etc.

En países como Bolivia este Patrimonio Intangible es atributo de las Culturas Vivas que han sobrevivido al dominio de las culturas occidentales que invadieron las Américas a partir de 1942, quienes, a pesar de la enorme represión que sufrieron durante más de quinientos años han logrado sobrevivir y conservar este patrimonio que actualmente forma parte de su desenvolvimiento económico, social, ambiental y cultural, tanto en los Andes como en la Amazonía, en los Valles y en el Chaco bolivianos.

¿Qué es el TURISMO?

Es un sistema cuyos componentes actúan de manera interrelacionada de tal manera a permitir y hacer posible el disfrute de un atractivo por parte de una persona que utiliza un tiempo no inferior a 24 horas y no superior a un año, fuera del lugar de su residencia habitual.

Pero este sistema debe ser estructurado y la única forma de hacerlo de manera que, por un lado, se logre el objetivo principal, pero, por el otro, no se melle los componentes naturales ni culturales que se han de utilizar para el disfrute del visitante, es la planificación del proceso, es decir, la Planificación del Turismo Sostenible.

Cuáles son los componentes del Sistema Turístico:

Los componentes del Sistema Turístico son:

- Los Recursos Turísticos (constituidos por atractivos naturales y culturales, tangibles e intangibles, eventos programados, procesos productivos de sociedades determinadas, etc. etc.)
- Infraestructura y Servicios Públicos (accesos -terrestres, aéreos, fluviales-, comunicaciones, saneamiento básico, seguridad ciudadana, servicios de migración, etc.
- Infraestructura y Servicios Turísticos (por lo general de carácter privado, aunque no necesariamente) – (Hospedaje, alimentación, transporte, guianza, directos e indirectos como banca, telefonía, servicios de limpieza, tiendas, artesanía, servicios lúdicos, etc. etc.).

Cuando contamos con todos estos componentes tendremos una oferta turística en un espacio determinado.

Pero contar con una oferta turística no basta, la misma debe concretarse en productos turísticos capaces de ingresar en los mercados de consumo de viajes, nacional e internacional.

Obtenemos productos turísticos cuando, en base a esta oferta turística que tenemos, estructuramos paquetes turísticos en los cuales debemos definir con exactitud:

- Identificación de los recursos turísticos a utilizar que, ciertamente, deben ser atractivos para algún o algunos mercados de consumo de viajes, ya se nacional o internacional. (De nada serviría hacer todo este ejercicio con recursos que no atraerán a los turistas),
- Diseño de las rutas o circuitos específicos que vamos a utilizar (definir tiempos, requerimientos, equipos, etc.)
- Definición de las actividades específicas que vamos a realizar en uno o varios circuitos o rutas, orientadas a mercados específicos, diversos en interés, edad, capacidad de gasto, etc.
- Definir y proveer la infraestructura y servicios de hospedaje, alimentación y guianza que se va a requerir de acuerdo a lo que queremos ofrecer.
- Determinar el perfil del personal y el grado y tipo de capacitación que se va a requerir para contar con personas especializadas en funciones específicas para realizar las tareas demandadas por el producto o paquete que queremos estructurar y vender de inicio a fin.

Para terminar de estructurar un producto turístico debemos ponerle un precio pues su destino es el mercado.

Un producto se realiza en el mercado o mercados de consumo. En este caso en el mercado de viajes tanto nacionales como internacionales.

Para ponerle un precio a este producto se necesita hacer una estructura de costos, es decir el cálculo de los costos que implica cada uno de los servicios (fijos y variables) que pretendemos brindar al turista.

Estos costos deben ser estructurados (no en general) sino para 1 – 2 3 hasta 10/15 personas, dependiendo del tipo de servicio.

A partir de dichos precios podemos tener una base para calcular nuestros ingresos.

El otro elemento es determinar mi capacidad de recepción de visitantes, es decir, determinar aproximadamente, en base a estadísticas, encuestas y cálculos, cuántos turistas espero y puedo recibir a partir de mi primer año de operación de mis servicios.

En base a estos dos datos, ingresos y cantidad de turistas, haré mis proyecciones y mis análisis financieros para determinar si mi proyecto es rentable, vale la pena invertir, voy a tener beneficios y en cuanto tiempo. Estos cálculos requieren de cierta formación técnica y no deben ser improvisados ni a “ojo de buen cubero”, ni determinados a capricho o, simplemente, ignorados.

¿Dónde se cruza el patrimonio cultural y el turismo y como se integra la gestión de ambos?

En primer lugar, el planificador debe hacer un estudio del espacio, luego proceder con un ordenamiento territorial, identificando espacios integrados con una misma vocación turística por la naturaleza de sus atractivos.

En el momento de la identificación de los atractivos, el planificador turístico elige o selecciona un atractivo turístico, en este caso cultural (patrimonio tangible o intangible) y, de acuerdo a la demanda potencial en los mercados de viajes, determina la calidad del atractivo y ciertamente, mejor aún, en base a una categorización de carácter técnico en base a los parámetros oficiales del Viceministerio de Turismo, labor, por lo general de los municipios en relación con la inventariación de sus recursos.

Atractivo en mal estado. No está apto para el turismo, no se le puede hacer objeto de “uso público”, tanto por el mismo atractivo como por el propio visitante.

- Le falta la rehabilitación, es preciso proceder con la recuperación de su valor intrínseco, por ejemplo, en el caso del patrimonio cultural tangible. Este es un caso típico de las intervenciones de profesionales en arquitectura, restauradores,

arqueólogos, etc. Pero además, se deberá determinar medidas para su protección y conservación, más aún si va a estar sujeto a un uso público, de visitas turísticas.

- En el caso del patrimonio cultural intangible, no se cuenta con estudios de investigación. No hay conocimiento del recurso. Tampoco está apto para ser incorporado en la actividad turística, en su disfrute por un público determinado. Se requiere proceder con su investigación, con estudios especializados que permitan su recuperación, su protección, su conservación como parte de las culturas, para lo cual se requerirá de historiadores, antropólogos, etc. quienes deberán también determinar su grado de fragilidad y establecer medidas de mitigación de impactos.

Por lo tanto, el primer paso en la relación entre el patrimonio cultural y el turismo es la recuperación de este valor intrínseco del recurso. (Sitios e, iglesias, monumentos históricos (La Glorieta, la Casa Dorada en Tarija, pueblos históricos como Tarata, Cachuela Esperanza, ciudades como Sucre, Potosí, sitios arqueológicos como Tiwanaku y sus alrededores, Samaipata, etc.etc.

Una vez recuperado el valor intrínseco del atractivo (aspectos tangibles como intangibles) y establecidas las medidas de protección y conservación del mismo, vendría el proceso de la PUESTA EN VALOR TURISTICO DEL ATRACTIVO, es decir, dotarlo de un valor económico, o sea, hacerlo objeto de generación de ingresos económicos en base a la visita turística planificada y organizada.

Para ello, se debe, pues, estructurar en base al atractivo productos turísticos destinados al mercado. Es decir, dotarlo de los otros dos componentes de un producto turístico, infraestructura y servicios, públicos y privados, es decir, permitir, hacer posible, la visita turística, el disfrute del atractivo, sujeto a cobro.

Este proceso de planificación y operación de productos turísticos en espacios determinados, demanda, como ya se puede ver, la participación de una serie de actores, públicos y privados, no gubernamentales y comunitarios, multisectoriales y multidisciplinarios.

Este proceso se constituye, poco a poco en motor de economías de escala, generando ingresos de simple y rápida distribución. Es por ello que se asigna al turismo un efecto

multiplicador que no poseen el resto de las actividades de exportación en el mundo entero, cuyos sectores son muy reducidos, beneficiando solo a unos pocos.

Para que esto sea posible de manera planificada, profesional, e incluso científica, se necesita de la institucionalización del turismo, es decir la inserción del turismo en la gestión integral de un país, de un estado, en este caso, del Estado boliviano en sus tres ámbitos: nacional, descentralizado y municipal, a través del gobierno nacional, las prefecturas y los gobiernos municipales.

La gestión del turismo, sin embargo involucra el establecimiento, por un lado, de una serie de relaciones multisectoriales con los actores que tienen que ver tienen la tuición de los recursos turísticos, como son medio ambiente y biodiversidad, cultura y pueblos indígenas y originarios y, por el otro, de la creación de los instrumentos y mecanismos que harán posible acciones conjuntas orientadas hacia un mismo objetivo, en tanto y en cuanto nos orientemos hacia el desarrollo sostenible del turismo.

El turismo sostenible se enmarca en los principios del desarrollo sostenible, a saber: generar riqueza, sin desmedro de los recursos naturales/culturales y, por el contrario, promoviendo su conservación y protección, con la mayor participación social en los beneficios, la libre determinación de los pueblos a adoptarlo como instrumento de sus economías, el respeto a la identidad cultural de los pueblos, la reafirmación de las culturas y el derecho a la autogestión de su desarrollo.

En este momento, es fundamental, tener un **CLARA VISION DE LA DEFINICION DE LOS ROLES** institucionales de cada sector en relación con el desarrollo turístico.

SECTOR DE CULTURA: Velar por la recuperación, conservación y mantenimiento del valor intrínseco de los recursos culturales y establecer qué patrimonio puede tener un uso público, turístico, y en qué condiciones.

SECTOR MEDIO AMBIENTE Y AREAS PROTEGIDAS: Deberá establecer las condiciones y los límites dentro de los cuales se debe realizar la actividad turística en áreas naturales y protegidas. Proveer información científica, establecer límites de la capacidad de carga del

recurso, condiciones del medio ambiente, medidas de mitigación de impactos sobre el medio ambiente, la biodiversidad, los ecosistemas, los recursos genéticos, etc.

SECTOR INDIGENA: Velar porque la actividad se realice en el marco del respeto a las culturas y a la identidad de pueblos indígenas y originarios y la participación directa y autogestionaria de sus recursos.

El uso público, el disfrute de un atractivo con fines turísticos, sin embargo, debe estar limitado a un uso que no lo deteriore, que no lo deprede, que no cambie sus características intrínsecas.

Es así como se hace fundamental contar con un compendio reglamentario que establezca los límites y las condiciones para este uso público o uso turístico del recurso tanto natural como cultural o relacionado con las culturas vivas.

Este es una obligación de cada uno de los actores institucionales involucrados en relación con el recurso que está a su cargo precautelar.

La omisión de este punto, es decir, la ausencia de Reglamentación de Uso turístico de los recursos, sean éstos naturales o culturales, ocasiona desmedro, depredación, destrucción del valor intrínseco del recurso, y la aculturización y degradación de los valores intrínsecos de las culturas vivas. Entonces, el turismo, en lugar de ser un factor beneficioso para una sociedad y un espacio, se convierte en un enemigo y un agente de la destrucción patrimonial. Pero, y esto es importante de tener claro, no es la característica del turismo ser depredador de por sí. Su carácter depredador o constructivo depende de las autoridades a cargo del recurso, quienes o establecen o no las reglas del uso público del patrimonio cultural y natural. Es, pues, responsabilidad de dichas autoridades cualquier depredación o beneficio que el turismo pueda ocasionar con su práctica. Una actitud responsable por parte de dichas autoridades hacia una demanda del mercado de disfrutar de un atractivo determinado para su disfrute es la que debe conducir hacia el desarrollo de un turismo verdaderamente sostenible.

Otro aspecto fundamental en el proceso de estructuración de productos turísticos (dotar al recurso/atractivo de valor económico con servicios públicos y privados), es el dotar a los

recursos humanos de la capacitación y asistencia técnica necesaria para brindar los servicios requeridos para los visitantes. Este aspecto es fundamental y una de las bases de la calidad y competitividad del mismo, aunque no el único.

No se podría hablar de un producto turístico si no hablamos del mercado y para insertarse en los mercados debemos establecer nuestros planes de mercadeo, promoción y comercialización para nuestros productos.

Para elaborar un Plan de Mercadeo debemos en primer lugar estudiar el mercado para luego identificar segmentos susceptibles de interesarse en nuestro(s) producto(s), el cual debemos definir de manera clara y concreta. Una vez identificados nuestros mercados debemos identificar cómo llegar a ellos, es decir, determinar a través de qué canales podemos acceder a ellos, a ese público meta. Definir nuestros instrumentos y material de promoción y los canales de comercialización, es decir, quiénes venderán nuestro producto en los mercados, uno de los vendedores sin duda que podremos ser nosotros, directamente, a través de Internet, en ferias, etc.

El rol del Sector Privado en este proceso, es el de dotar de servicios al atractivo con inversiones, capacitación de su personal, adoptar medidas ambientales en la implementación de infraestructuras y sobre todo, promover y comercializar.

Este proceso requiere de un liderazgo institucional y espacios limitados de gestión, que pueden ser departamentales, regionales o locales, con activa participación sobre todo de los gobiernos municipales a través de una Dirección de Turismo activa y dinámica.

Modelos de gestión regional los constituyen las UGDs o Unidades de Gestión de Destinos promovidos por Swiss Contact o la gestión del turismo en torno a mancomunidades con sus respectivas gerencias, como son las mancomunidades de la Chiquitania, Yungas, Uyuni, etc. La primera, sin embargo, con una gestión consolidada.

De lo que se trata, pues, es de generar alianzas estratégicas en base a un instrumento de gestión con participación de actores públicos y representantes de la sociedad civil organizada, de organizaciones y comunidades indígenas, de ONGs, etc. bajo formas no

prescritas otra de las cuales puede ser un Comité de Gestión Turística, un Comité Impulsor de Turismo, etc. etc.

Para terminar, y teniendo en cuenta la audiencia a este evento, queremos señalar cuál es el rol del Arquitecto en todo este proceso y cuáles serían sus oportunidades laborales en el mismo.

- Sector Público: Rehabilitación, recuperación, refacción, restauración, etc. de patrimonio cultura tangible (inmuebles, iglesias, etc.). Restitución de su valor intrínseco.
- Sector Privado: Diseño y construcción de infraestructura hotelera, restaurantes, instalación de sistemas ecológicos para tratamiento de basura, aguas servidas, desechos sólidos, captación de energía solar y eólica, diseño y habilitación de senderos de interpretación, construcciones menores en plataformas, miradores, doseles de árboles, etc.

Gracias.

Espero que mi intervención haya servido para dar a todos ustedes una visión más clara de la relación entre los temas objeto de este encuentro y les sirva para orientar de manera más efectiva su participación en el proceso de construcción del desarrollo del turismo sostenible en nuestro país.