

MÓNICA VELARDE VALDEZ | SALVADOR GÓMEZ NIEVES (coords.)

# Turismo sustentable y desarrollo rural

## Estudios en Polonia, Costa Rica y México



 EDITORI  
AL UN  
IVE RS  
ITARIA

Centro  
Universitario  
de Ciencias Económico  
Administrativas



  
UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

  
UdeO  
UNIVERSIDAD DE OCCIDENTE



# **Turismo sustentable y desarrollo rural**

**Estudios en Polonia,  
Costa Rica y México**

Turismo sustentable y desarrollo rural: estudios en Polonia, Costa Rica y México / Mónica Velarde Valdez, Salvador Gómez Nieves, Coords. ; Urszula Zulawska ... [et al.] -- 1a ed. -- Guadalajara, Jalisco : Editorial Universitaria : Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, 2014.

116 p. : il. ; 23 cm. -- (Colección Monografías de la Academia).

Incluye referencias bibliográficas

ISBN 978 607 742 142 9

1. Ecoturismo 2. Turismo sustentable-México  
3. Turismo sustentable-Polonia 4. Turismo sustentable-Costa Rica 5. Desarrollo sustentable I. Velarde Valdéz, Mónica, coord. II. Gómez Nieves, Salvador, coord. III. Zulawska, Urszula IV. Serie

338.4791 .T93 CDD  
G156.5 .E22 .T93 LC

MÓNICA VELARDE VALDEZ | SALVADOR GÓMEZ NIEVES (coords.)

# Turismo sustentable y desarrollo rural

Estudios en Polonia,  
Costa Rica y México



EDITORIAL  
UNIVERSITARIA

Centro  
Universitario  
de Ciencias Económico  
Administrativas

Universidad  
de Guadalajara



**Izcóatl Tonatiuh Bravo Padilla**  
**Rectoría General**

**Miguel Ángel Navarro Navarro**  
**Vicerrectoría Ejecutiva**

**José Alfredo Peña Ramos**  
**Secretaría General**

**José Alberto Castellanos Gutiérrez**  
**Rectoría del Centro Universitario**  
**de Ciencias Económico Administrativas**

**José Antonio Ibarra Cervantes**  
**Corporativo de Empresas Universitarias**

**Edgardo Flavio López Martínez**  
**Encargado del despacho de la Editorial**  
**Universitaria**

Primera edición, 2014

**Coordinadores**  
**Mónica Velarde Valdez**  
**Salvador Gómez Nieves**

**Textos**  
© Salvador Gómez Nieves, Urszula Zulawska,  
Gino Antonio Biamonte Castro, Ewa Bárbara  
Szulc-Dąbrowiecka, Alma Alicia Aguirre Jiménez,  
Francisco Morán Martínez, Pablo Sandoval  
Cabrera, Melchor Orozco Bravo, Natividad  
Covarrubias Tovar

**Coordinación editorial**  
**Sayri Karp Mitastein**

**Diseño de interiores y portada**  
**Edgardo Flavio López Martínez**  
**Virginia Ramírez Moreno**

**Diagramación e ilustraciones**  
**Virginia Ramírez Moreno**  
**Gustavo Alonso Ortega López**

**Corrección**  
**Lurdes Asiain**

Se prohíbe la reproducción, el registro o la transmisión parcial o total de esta obra por cualquier sistema de recuperación de información, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, existente o por existir, sin el permiso por escrito del titular de los derechos correspondientes.



**UNIVERSIDAD DE**  
**COSTA RICA**

**Universidad de Costa Rica**  
Sede "Rodrigo Facio Brenes" Montes de Oca.  
2060 San José, Costa Rica



**UdeO**  
**UNIVERSIDAD DE OCCIDENTE**

**Universidad de Occidente**  
Av. Gabriel Leyva 169 Sur.  
Malvinas, 81200, Los Mochis, Sinaloa

P/PIFI-2013-14MSU001OZ-07 Fortalecimiento de los proyectos de estudio de licenciatura y posgrado, los cuerpos académicos que los sustentan y la formación integral del estudiante en el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

D.R. © 2014, Universidad de Guadalajara



**Editorial Universitaria**  
**José Bonifacio Andrada 2679**  
Colonia Lomas de Guevara  
44657 Guadalajara, Jalisco

**01 800 834 54276**  
**www.editorial.udg.mx**

**ISBN 978 607 742 142 9**

Diciembre de 2014

**Impreso y hecho en México**  
*Printed and made in Mexico*

# Índice

- 7 **Introducción**
- 11 **Problemas y desafíos del turismo alternativo en México. Similitudes y diferencias con Costa Rica**  
SALVADOR GÓMEZ NIEVES
- 
- 36 **Organización y políticas hacia el sector del turismo alternativo en Polonia**  
URSZULA ZULAWSKA
- 
- 46 **Estrategia de desarrollo rural y turismo sustentable en Costa Rica**  
GINO BIAMONTE CASTRO
- 
- 63 **Sustainability of agritourism in rural areas of Poland**  
EWA SZULC DABROWIECKA
- 
- 83 **Apoyos gubernamentales para el desarrollo turístico en la región Costa Norte de Jalisco. Una estrategia de desarrollo local y regional**  
ALMA ALICIA AGUIRRE JIMÉNEZ  
FRANCISCO MORÁN MARTÍNEZ
- 
- 97 **Importancia de la contabilidad y la fiscalidad ambiental: situación actual y alternativas de instrumentación en el subsector turismo de México**  
PABLO SANDOVAL CABRERA  
MELCHOR OROZCO BRAVO  
NATIVIDAD COVARRUBIAS TOVAR
-





# Introducción

El libro *Turismo sustentable y desarrollo rural. Estudios en Polonia, Costa Rica y México*, forma parte del trabajo colectivo de investigación del proyecto titulado Turismo alternativo en comunidades rurales y su impacto en el desarrollo regional, financiado por el Programa de Mejoramiento al Profesorado (Promep) de la Subsecretaría de Educación Superior de la Secretaría de Educación Pública de México.

En esta obra participan prestigiosos investigadores y miembros de los Cuerpos Académicos Consolidados: Análisis y Desarrollo Regional, de la Universidad de Occidente; Población, Sustentabilidad y Desarrollo Regional, así como Desarrollo Sustentable y Estudios Sectoriales, del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara; además colaboran el grupo de especialistas de la Escuela de Administración Turística y Hospitalidad de Varsovia y la Academia de Ciencias Sociales en Lodz, en Polonia, así como un académico de la Universidad de Costa Rica, sede El Limón.

Este trabajo es el resultado de amplias discusiones y reflexiones entre estudiosos del turismo que tratan de contribuir en la generación de conocimiento aplicado, pero también en el desarrollo turístico y la sustentabilidad a través de los denominados turismo alternativo, turismo rural o turismo sustentable, haciendo hincapié en las políticas públicas en comunidades rurales de Polonia, Costa Rica y México.

Este libro está estructurado en seis capítulos y todos ellos ofrecen ser un referente obligado para los interesados en la investigación turística, ya que cada uno de los ensayos ha sido concebido con estricto rigor científico y metodológico.

En el primer capítulo, Salvador Gómez Nieves desarrolla un trabajo cuyo objetivo central es analizar las dificultades y los retos del turismo alternativo en México, considerando las experiencias que al respecto ha tenido Costa Rica. Más que pensar en imitar, lo que se busca aquí es reforzar lo positivo y superar lo negativo de los casos costarricenses examinados, pues es evidente que no hay una estrategia ideal para el desarrollo, que sea aplicable a cualquier lugar. Cada sociedad debe crear su propio camino.

Con la comparación de los contextos sociodemográficos y geográficos, así como al sacar a colación un proyecto desilusionante relacionado con la promoción del turismo alternativo de nuestro país, el ensayo aspira a generar efectos de aprendizaje en lo que en verdad se necesita: en la definición de un mejor rumbo



para que la llamada “industria sin chimeneas” se consolide en México, en general, y en el estado de Jalisco, en particular. Una de las hipótesis que aquí se sostienen es que los fracasos que han sufrido muchos proyectos de turismo alternativo en nuestro país, a lo largo de su historia, en gran medida son resultado de la ignorancia que priva acerca del desarrollo y a ese afán de sobrestimar los efectos positivos de este fenómeno social contemporáneo, que no permite poner de manifiesto las auténticas tendencias y causas de su retroceso.

En el segundo capítulo, Urszula Zulawska describe la organización del turismo alternativo en Polonia, en particular el turismo rural o agroturismo. Para ofrecer un mejor contexto y facilitar la comprensión del trabajo, se muestra la evolución del fenómeno del turismo en ese país y el papel del agroturismo en el sector turístico de este país; además de las condiciones legales para el funcionamiento de esta modalidad de turismo alternativo. Finalmente, se presentan las políticas públicas que benefician a la actividad relacionada con el ocio y el tiempo libre.

El turismo rural, y en específico el agroturismo, cumple un papel importante en el periodo transitorio que se vive en Polonia. Por un lado, está ayudando a que la población campesina eleve sus ingresos y mejore su nivel de vida y, por otro, facilita a la población urbana de recursos limitados, la organización del descanso vacacional conforme a la medida de sus recursos financieros. El agroturismo también favorece la conservación de la cultura local y del medio ambiente. Sin embargo, requiere cierto respaldo institucional, de parte del Estado o de las organizaciones autogestionarias, para enfrentar las demandas de infraestructura y las exigencias de promoción e información acerca de este tipo de turismo alternativo.

El tercer capítulo, “Estrategia de desarrollo rural y turismo sustentable en Cosa Rica”, es desarrollado por Gino Biamonte Castro, quien afirma que el surgimiento del turismo en este país se inspiró en el éxito económico-turístico del modelo de sol y playa, sobre todo el imperante en México. El origen de la llamada “industria de los viajes y la hospitalidad” en Costa Rica se dio en un ambiente propicio, en una nación pequeña pero diversa, con condiciones de educación y civismo reconocidas internacionalmente. Sin embargo, el detonante diferenciador que llegó a ser y sigue siendo estratégico en la actividad turística fue el proyecto de conservación de la naturaleza que, pese a la falta de planificación, se ha mantenido y fortalecido gracias a la conciencia ambiental de su pueblo y a la presión internacional que, sin ser irrespetuosa de la soberanía de Costa Rica, aunado a la visita constante de turistas extranjeros, son vigilantes del buen rumbo de un modelo de turismo en verdad sustentable, sin parangón con el que lo inspiró en un principio. Para este autor, la ruralidad amenazada ha sido el escenario protagónico de una lucha que busca conciliar el desarrollo con la conservación del ambiente y la cultura local.

En el capítulo cuatro, Ewa Szulc-Dąbrowiecka desarrolla un trabajo, publicado en inglés, en el que evalúa la sostenibilidad del agroturismo en las zonas

rurales de Polonia, desde las dimensiones económica, ambiental y sociocultural. Los resultados presentados indican que el agroturismo tuvo importantes ganancias económicas para los agricultores, aunque en pequeña escala en relación con el crecimiento de la renta y del empleo; mientras que el impacto ambiental fue limitado. Con respecto a la dimensión sociocultural, se observó que los beneficios del agroturismo en el empleo y la iniciativa empresarial se acumulan en mayor grado entre las mujeres. A pesar del alto grado de sostenibilidad del agroturismo, el sector de turístico rural en Polonia está en una fase de estancamiento: el número de granjas orientadas al turismo no ha aumentado, al igual que los ingresos derivados por los gastos que realiza este tipo de viajeros en las fincas. Los análisis revelan que la paralización del agroturismo se debe, más a cambios en la demanda turística, que a otros factores. Los visitantes exigen ahora atracciones especializadas en las granjas y en las regiones donde éstas se localizan.

En el capítulo cinco, Alma Alicia Aguirre Jiménez y Francisco Morán Martínez presentan el trabajo “Apoyos gubernamentales para el desarrollo turístico en la región Costa Norte de Jalisco. Una estrategia de desarrollo local y regional”, en el que analizan los componentes de un proyecto turístico que se desarrollará en el municipio de Tomatlán, Jalisco, México. Se resalta, asimismo, la importancia estratégica de las inversiones que realizarán tanto los gobiernos federal y estatal, como los agentes particulares para la construcción de infraestructura hidráulica que beneficie a productores rurales y al proyecto turístico de referencia.

Derivado del análisis, se propone un modelo sistémico de desarrollo, que puede ser replicado en casos y contextos similares, basado en el diseño de políticas, objetivos y estrategias, donde el elemento principal es la integración de mesas de negociación entre los actores involucrados, para generar de manera consensada programas operativos encaminados a la sustentabilidad de los proyectos, así como al desarrollo local y regional.

En el último capítulo, Pablo Sandoval Cabrera, Melchor Orozco Bravo y Natividad Covarrubias Tovar presentan el trabajo: “Importancia de la contabilidad y la fiscalidad ambiental: situación actual y alternativas de instrumentación en el subsector turismo de México”, con un análisis del modelo de turismo prevaleciente en México, en el que destacan su importancia nacional y local en la generación de inversión y empleo; además hacen hincapié en la insostenibilidad del modelo de desarrollo turístico actual sustentado en la explotación intensiva y extensiva de recursos naturales. En el documento se hace un llamado sobre la necesidad de reflexionar respecto a la pertinencia de establecer una estructura de incentivos apoyada en la fiscalidad medioambiental y en el manejo de información adecuada que permita premiar las conductas favorables a la sustentabilidad, desde la propia autoridad gubernamental.

Los autores aclaran que el problema de investigación se adscribe en el marco que ofrece el pensamiento neoinstitucional, es decir, como un problema básico

de agencia (relación entre el agente y el principal). En este sentido, se propone revisar la actual estructura fiscal para valorar la pertinencia de utilizar este tipo de instrumentos económicos con la intención de fortalecer las conductas de consumo, producción y distribución de bienes y servicios de los actores principales (demandantes y oferentes de servicios), para lograr estándares de sustentabilidad. Se reconoce que el principal problema en la aplicación de impuestos a la actividad turística, al estilo de la ecotasa de las Islas Baleares, en España, debe ser abordado desde tres perspectivas: la contabilidad ambiental, la fiscalidad ambiental y la teoría de la agencia. Por último, esta colaboración deja espacio abierto para nuevas reflexiones en este campo.



# Problemas y desafíos del turismo alternativo en México. Similitudes y diferencias con Costa Rica

SALVADOR GÓMEZ NIEVES

---

En diversos escritos se ha hecho hincapié en que el turismo es uno de los factores que más ponen en riesgo el equilibrio de los ecosistemas y uno de los causantes de la pérdida de identidad cultural de las comunidades receptoras de viajeros (Smith y Eadington, 1992; Panda, Mishra y Bhusan, 2004; Holden, 2008). Sin embargo, este fenómeno no es un problema *per se*, sino del modelo de desarrollo turístico impuesto y seguido en un país. En efecto, casi todos los académicos y especialistas del ramo tienen una creencia en común: el denominado turismo masivo es profundamente problemático, sobre todo porque poco se preocupa por lograr el bienestar socioeconómico de los lugareños. No obstante las contradicciones y las constantes crisis del también llamado turismo convencional, éste sigue siendo dominante en la mayoría de los destinos vacacionales del orbe, ya que desde la visión económica no ha fracasado del todo, por lo menos para las elites privadas. En la década de los ochenta surge el concepto del turismo alternativo, que penetra en la academia mundial y en el discurso político como una contracultura del turismo de sol y playa.

El objetivo central de este artículo es analizar las dificultades y los retos del turismo alternativo en México, considerando las experiencias de Costa Rica. Más que pensar en imitar, lo que se busca aquí es reforzar lo positivo y superar lo negativo de la experiencia costarricense, pues es obvio que no hay una estrategia ideal para el desarrollo que sea aplicable a cualquier lugar. Cada sociedad debe crear su propio camino. La historia ha evidenciado que los destinos turísticos que han tenido éxito son los que han mostrado capacidad para cumplir con los principios de la sustentabilidad y adaptarse al nuevo entorno competitivo, no los que persisten en fórmulas o prácticas que han perdido viabilidad y vigencia.

Si bien ambos países comparten ciertas semejanzas, como pertenecer a Latinoamérica y al grupo de naciones en vías de desarrollo, así como estar regidos

por el sistema neoliberal y presentar un panorama poblacional, económico y territorial de altos contrastes; a la vez difieren de forma significativa en materia sociodemográfica, sobre todo en lo tocante a pobreza y migración, indicadores donde Costa Rica presenta mejores resultados. Entonces, ¿por qué es relevante cotejar lo que sucede en estos países?

En primer término, al realizar una comparación de la extensión territorial, se observa una visible discrepancia entre ambas naciones, tal como se ilustra (Imagen 1.1) a continuación.



**Imagen 1.1.** Ubicación de México y Costa Rica.

Hoy en día, la sostenibilidad social y ambiental en la actividad turística de Costa Rica es mejor valorada, en parangón con México, pese a que dicha nación centroamericana no tiene ni dos décadas de promover el desarrollo sostenible. Las comparaciones ofrecidas en este trabajo tratarán de probar en mayor medida esta tesis.

Hemos estructurado esta contribución en cuatro grandes apartados. En el primero se exploran las similitudes y diferencias socioeconómicas de las sociedades costarricense y mexicana. En el segundo se comparan las similitudes y diferencias en materias ambiental y de desarrollo turístico en dichas naciones. En el tercero se presenta, desde una postura crítica-constructiva, el proyecto turístico Ruta del Peregrino, del que es responsable la Secretaría de Turismo del estado de Jalisco (Sectur-Jal). Si bien tomamos en consideración esta iniciativa, desde nuestro punto de vista es un proyecto turístico fallido, por lo que lo utilizamos

como estudio de caso, con el propósito más elemental que dicta el sentido común: aprender de las fallas y errores para que no se repitan. En la cuarta parte, y a modo de conclusiones, se identifican los obstáculos y retos para el futuro desarrollo del turismo alternativo en México.

El comparar los contextos sociodemográficos y geográficos, así como el traer a colación un proyecto desilusionante relacionado con la promoción del turismo alternativo de nuestro país, se aspira a generar efectos de aprendizaje, en lo que en verdad se necesita: definir un mejor rumbo para que la llamada “industria sin chimeneas” se consolide en México, en general, y en el estado de Jalisco, en particular. Hay que recalcar que nuestra posición respecto de la Ruta del Peregrino, no pretende ser un desencanto destructivo, sino una respuesta firme a los principales desafíos que este proyecto debe afrontar.

Otra de las hipótesis que aquí se sostienen es que los fracasos que han sufrido muchos de los proyectos de turismo alternativo en México, a lo largo de su historia, se deben, en gran medida, al desconocimiento acerca de lo que implica el desarrollo y a ese afán de sobrestimar los efectos positivos de este fenómeno social contemporáneo, lo que no permite poner de manifiesto las auténticas tendencias y causas de su retroceso. Desde nuestra perspectiva, los tomadores de decisiones, los investigadores, los académicos y los especialistas del ramo no llegan a la raíz de los problemas, por aferrarse a esas ideas triunfalistas predominantes que nos hacen ver las cosas fuera de la realidad.

En otras palabras, el adherirse a discursos ajenos a los estándares científicos de argumentación y prueba empírica hace que no se tengan explicaciones creíbles acerca del desenvolvimiento turístico. El triste panorama que viene mostrando desde tiempo atrás este sector en México, no documenta nuestro optimismo, pese a la actitud victoriosa de la Secretaría de Turismo federal (Sectur) y a sus prácticas dañinas de lanzar comunicados sesgados respecto a un escenario turístico que no es lo mejor para el país.

Hay que ser claros: el conocimiento del turismo todavía es muy básico, en gran parte debido a que el *ethos* científico no está muy presente en el espíritu de numerosos estudiosos del ramo, ya no se diga de los políticos. Cabe preguntarse aquí: ¿es posible tomar decisiones correctas, cuando se ponen de manifiesto divergencias profundas a propósito de las nociones más comunes, como ecoturismo, turismo alternativo y turismo sustentable? y ¿es posible descubrir y entender los mecanismos que alientan la actual crisis turística de México, sin entender los fenómenos de migración, desempleo, subempleo e inseguridad, entre otros?

Valga hacer explícita la metodología seguida en este artículo. Los análisis del contexto costarricense se sustentan básicamente en la estancia de investigación por mí realizada a finales de 2012 en la Universidad de Costa Rica, sede El Caribe, que otorgó todas las facilidades para hacer observación directa en la mayoría de las regiones de este pequeño pero biodiverso país, así como para

visitar varios de los proyectos ecoturísticos que han instrumentado; también proporcionó la oportunidad de establecer contacto con muchos académicos y con diferentes actores públicos, privados y sociales vinculados con esta actividad relacionada con el ocio, tales como empresarios, líderes sociales, comunidades indígenas, pescadores, guías de turistas, guardabosques, entre otros. El trabajo de campo se complementó con la lectura de documentos oficiales y académicos acerca de esta nación.

El caso mexicano se fundamenta en la serie de trabajos que publiqué en los dos últimos lustros acerca del tema del turismo alternativo, en donde se refieren las discrepancias entre lo que afirman y prometen los discursos académicos y políticos del turismo (portadores de magnos ofrecimientos) y la realidad (véanse Gómez Nieves, 2006, 2010, 2011 y 2012). En otras palabras, en ellos se analiza epistemológicamente el discurso del turismo, en especial el que concierne al desarrollo sustentable y a esa gama de concepciones alternativas, más o menos esperanzadoras, como el ecoturismo y el turismo rural, modalidades que por lo general en América Latina no descansan en méritos objetivos, sino en un cúmulo de promesas, sueños y utopías de su discurso, que luego sus promotores no cumplen.

## Similitudes y diferencias socioeconómicas

De acuerdo con el índice de desarrollo humano (IDH) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), para 2005, Costa Rica ocupaba la posición 48 entre 177 países (Vargas, 2010: 18, 21), mientras que en 2011 retrocedió al lugar 69 (PNUD, 2011). De ahí que la preocupación central de la sociedad costarricense, en estos momentos, sea la cuestión socioeconómica, esto es, volver a gozar de la calidad de vida que disfrutaron durante la segunda mitad del siglo xx, como bien indica el título del libro *Se acabó la pura vida* (Mora y Pérez, 2009), que en los momentos actuales está muy lejos de poder garantizarse pese a los avances alcanzados en lo que respecta a turismo internacional y a las exportaciones de productos agrícolas tales como plátano, piña y café.

Costa Rica es un país receptor de migrantes provenientes de Centroamérica, en especial de Nicaragua. México, por su parte, con un poco más de 112 millones de habitantes para 2010 (INEGI, 2010), es la nación número 11 en el mundo en cuanto al tamaño de su población y es una sociedad eminentemente emisora de personas hacia el extranjero, en particular hacia Estados Unidos.

La población es otro elemento que refleja la contrastante realidad con Costa Rica, país que registró casi 4.3 millones de personas en 2011 (INEC, 2011), número un poco menor al de habitantes de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), donde se ubica la capital del estado de Jalisco (México), que ascendió a 4.4 mi-

lones de personas para 2010 y representó 60.3% del total de pobladores de dicha entidad (7.4 millones), de acuerdo con datos oficiales (INEGI, 2010).

Algunos de los principales retos que se le plantean a Costa Rica son la capacidad para afrontar los grandes negocios relacionados con el narcotráfico y el lavado de dinero, la seguridad alimentaria, los procesos migratorios y la inseguridad pública (Vargas, 2010: 17). Incluso, entre los costarricenses está aumentando la ansiedad debido a la creciente ola de violencia relacionada con el tráfico de drogas (aunque en menor medida que en el resto de sociedades centroamericanas), pese a que el país suele ser llamado “la Suiza de Latinoamérica”, por ser un territorio de paz y prosperidad en la región (Oppenheimer, 2011); además de que hace dos años, una encuesta proclamó a los ciudadanos costarricenses como la gente más feliz del mundo, según el Índice Alternativo de Desarrollo, Bienestar Humano y Ambiental (New Economics Foundation, 2012).

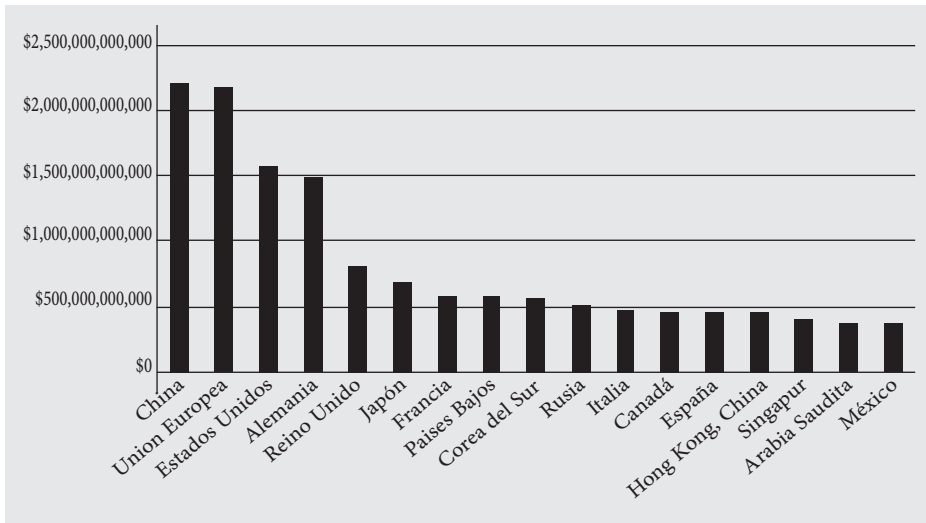
Otro de los grandes desafíos que más destaca es la aptitud para el control de los procesos de pauperización y de exclusión social de los sectores medios bajos. Según Mora y Pérez (2009: 8), el modelo de desarrollo de Costa Rica, hasta mediados de la década de los ochenta del siglo pasado, se caracterizaba por su régimen social de amplia vocación redistributiva e incluyente que había contenido las pugnas entre grupos de la sociedad e imposibilitado la acumulación excesiva y ominosa de riqueza en las elites empresariales y políticas.

En efecto, a partir de estos años, Costa Rica (al igual que México) tomó la ruta del cambio estructural cuando puso en marcha un conjunto de políticas orientadas a favorecer la liberación económica, fomentar la apertura comercial, reducir el Estado y replantear sus responsabilidades en materia de desarrollo económico y social. Así, y con el propósito principal de reinsertarse en una economía-mundo globalizada, Costa Rica optó por fortalecer una economía exportadora, abierta, competitiva y organizada con criterios de mercado. Fomentó la privatización de las empresas públicas o la externalización de servicios no estratégicos en el sector público. Realizó ingentes esfuerzos por favorecer la atracción de inversión extranjera directa, en especial en los polos estratégicos para la modernización globalizada de la economía (industria de base tecnológica, turismo y nuevos productos agrícolas). En otras palabras, consolidó un modelo económico globalizado que prioriza los procesos de acumulación y restringe los distributivos (*ibídem*: 8).

En el caso de México, es un país que goza de ejemplar solidez en sus finanzas públicas y envidiable estabilidad macroeconómica derivada de su disciplina fiscal, de su relativo bajo nivel de deuda pública, de contar con una política monetaria orientada a mantener la estabilidad de precios; además de su alto nivel de reservas —que lo ubican en la escala máxima histórica— y de capitales extranjeros que han permitido la mejor apreciación de nuestra moneda con respecto al dólar. Nuestra nación tiene altos niveles de comercio con el país vecino de Norteamérica, al ser



su tercer mayor socio comercial, después de China y Canadá (US Embassy, 2011). Por su Producto Interno Bruto (PIB), somos la decimocuarta economía del mundo. Por su potencia industrial y su gran capacidad exportadora, México es el noveno país del planeta (Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales, 2010), destacando en el ramo de los automóviles, a diferencia de lo que sucede en las economías de las naciones sudamericanas que se sustentan en la exportación de materias primas. Es un hecho que ninguna nación puede basar su desarrollo sustentable en la exportación de materias extraídas de la naturaleza, que luego se convierten en bienes de consumo.



**Gráfica 1.1.** Países con más exportaciones en el mundo.

Fuente: The WorldFactbook, CIA (2012).

Así pues, sin desconocer éste y otros avances— que México ha experimentado en los últimos tiempos—, como el que ya empieza a ser mencionado en el grupo de naciones que podrían generar milagros económicos y que cada vez mejora su percepción como destino de inversiones en el contexto internacional—, nuestro país lleva 36 años hundido en la mediocridad en cuanto a crecimiento económico. Si se comparan los promedios de aumentos en el PIB en los últimos sexenios, por ejemplo, nos damos cuenta de que esta situación no es tan favorable. Basado en datos del INEGI, el profesor-investigador Sánchez Juárez señala que en el sexenio de Miguel de la Madrid (1982-1988) se creció a una tasa media anual de 0.30%; en el de Carlos Salinas (1988-1994) de 3.9%; con Ernesto Zedillo (1988-1994), pese a la crisis del “Efecto tequila”, la economía avanzó 3.7%; con Vicente Fox (2000-2006), 2.6%; y con Felipe Calderón (2006-2012), 1.9% (Sánchez, 2012).

Pero no sólo el aumento económico se ha visto afectado en México, otras variables también deben ser motivo de preocupación por el decaimiento que han tenido en los últimos años. Así, la falta de empleos, pero sobre todo los bajos salarios, han ocasionado que el modelo económico se haya convertido en una fábrica de pobres, de mucha exclusión y de desigualdad social. En 2013, la revista *Forbes* (2013), que se publica en Estados Unidos y se especializa en el mundo de los negocios y las finanzas, incluyó a 15 mexicanos en su lista de multimillonarios, lo que contrasta con lo reportado por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval, 2012): en el país había más de 53 millones de pobres en 2012.

La sociedad mexicana es muy injusta, pues en ella subsisten fuertes y ancestrales asimetrías y desigualdades entre sus habitantes. México es un país de grandes contrastes en donde igual convive el hombre más rico del mundo con la pobreza más aberrante, donde hay regiones gobernadas *de facto* por cárteles de la droga, mientras en otras se arman grupos de autodefensa. Según el Coneval (2012<sup>a</sup>: 29-30), el número de personas que carecen de derechos esenciales, como salud, educación y vivienda digna, o que no tienen para comprar una canasta básica, aumentó en México en los dos últimos años; así, mientras en 2008 había 48.8 millones de personas en un estado de pobreza (extrema y moderada), 44.5% de la población total, en 2010 sumaron 52 millones o 46.2 por ciento.

La población indígena mexicana es de alrededor de 11 millones de personas (casi 10% del total de habitantes). Ocho de cada diez indígenas son pobres. Oficialmente se reconocen 62 pueblos indígenas, con sus respectivas lenguas y culturas (INEGI, 2010). Las zonas indígenas huicholas (principalmente Jalisco y Nayarit) y tarahumara (Chihuahua), por poner dos casos, aunque son comunidades con un enorme potencial en recursos culturales, paradójicamente, son las más pobres del país. Estas poblaciones indígenas, pese a que participan en el turismo, viven en pobreza extrema; residen en y proceden de lugares recónditos de la geografía nacional, donde no hay infraestructura, ni inversión de ninguna suerte ni riquezas naturales ni las condiciones mínimas para el desarrollo humano. Y además donde, por cierto, les persigue la codicia de quienes saquean sus bosques, se apropian de sus aguas y de sus pastizales.

La actitud optimista que muestran los funcionarios públicos y alguno que otro estudioso del ramo en cuanto al desarrollo sustentable de México, contrasta con el horizonte poco halagüeño que presenta nuestro país, pues los desequilibrios ecológicos y las inequidades sociales son cada vez mayores. No sólo somos una nación con un gran porvenir económico, también somos un territorio de pavorosas miserias y marginaciones. No podemos seguir engañándonos con datos macroeconómicos que olvidan la terrible realidad social que nos aqueja, a saber: altos grados de desempleo y subempleo, corrupción y rezago educativo.

Si no somos capaces de hacer compatible el crecimiento económico con el

desarrollo sociocultural y la conservación ambiental, el progreso será, como dijo el pintor y escultor suizo, Alberto Giacometti: “la mentira más escalofriante”. Esto es, no se puede hablar de desarrollo mientras prevalezcan la injusticia, la violencia y la miseria, así como la destrucción de la naturaleza y del patrimonio histórico y cultural.

En este mismo sentido, el periodista, filósofo y escritor español Josep Ramoneda advierte que no se puede admitir cierta idea de progreso si éste significa que una mínima parte de la humanidad controle toda la economía y la inmensa mayoría no tenga nada. Este pensador social recomienda tomar en consideración la idea que propone Amartya Sen sobre justicia: lo que debe hacer una filosofía de la justicia es detectar la injusticia. “Es contra la injusticia y no en nombre de la sociedad ideal justa, como se pueden dar los pasos necesarios para una mayor equidad en el mundo” (Ramoneda, 2012: 108).

Únicamente a través del crecimiento económico y de una mayor productividad se podrá alcanzar la prosperidad, es decir, se podrán crear empleos honestos, remunerados y dignos que permitan sacar de la pobreza y la marginación a tantos millones de mexicanos. Para el analista político latinoamericano Andrés Oppenheimer, mientras que México pierde competitividad en todos los sentidos, China, India, Singapur, Finlandia, Suecia e Israel son los países que más avanzan en el mundo, son los que le apostaron a la innovación y la producción de bienes y servicios con mayor valor agregado. Los recursos naturales ya no son los que producen más crecimiento. No en vano el país con el mayor ingreso *per cápita* del mundo es el diminuto Liechtenstein, que no tiene ninguna materia prima, mientras que países ricos en materias primas, como Venezuela y Nigeria, están entre los que tienen más altas tasas de pobreza. La reciente crisis de la economía mundial deja mejor posicionados a los países más competitivos, es decir, los que pueden inventar nuevos productos, más sofisticados y a mejores precios. Y esto se logra con mejor calidad educativa (Oppenheimer, 2010: 10-12).

En nuestro país, históricamente ha habido una infinidad de planes regionales para las comunidades rurales y, en las tres últimas décadas, de proyectos orientados a promover el turismo alternativo o el ecoturismo que, supuestamente, mejoraría el bienestar social y sería el pasaporte para el desarrollo, aunque en muchos casos, estos propósitos han quedado sólo en el papel (véase el caso de la comunidad huichola en Gómez Nieves, 2011).

## Similitudes y diferencias en materia ambiental y en desarrollo turístico

En el tema de la conservación de los recursos naturales y la promoción activa del ecoturismo también nos diferenciamos con respecto a este país centroamericano. Los costarricenses, o *ticos*, son vanguardistas en las cuestiones de conservación, muy concretamente, por su sistema de áreas protegidas; así, 26.3% de su superficie está dentro del Sistema Nacional de Áreas de Conservación y, de esta extensión, casi 50% tiene la categoría de Parque Nacional (12.3% del territorio nacional), esto es, está dentro del esquema de protección estricta de los ecosistemas (cifras tomadas del Sinac, 2010).

En Costa Rica, los aguaceros son casi cotidianos y los cambios de estación apenas son perceptibles, de suerte que las condiciones de sol, calor y humedad son constantes a lo largo del año. Esta nación es reconocida en el ámbito internacional por su empeño en la conservación de la biodiversidad y los espacios naturales y tiene un puesto destacado en cuanto al aprovechamiento de la naturaleza como recurso para el desarrollo del turismo sostenible, hasta el punto de haber llegado a ser identificada como la nación pionera y líder mundial en ecoturismo (Escalera y Benavides, 2010: 122). Algunos autores mencionan que en Costa Rica se trabaja diligentemente en programas y proyectos en pro de un turismo sostenible desde 1995 (Duim *et al.*, 2002: 9).

Este escenario le ha permitido recibir en 2012 a más de 2.3 millones de turistas internacionales (ICT, 2012), principalmente atraídos por la playa, pero también por sus parques nacionales, donde se pueden realizar distintas actividades, por ejemplo, observación de plantas, aves, ranas y primates, como el mono aullador con su ronco rugido, los monos ardillas chilladores y el mono araña. El Parque Nacional Tortuguero, localizado en el Caribe Norte costarricense, recibió el año pasado 83 198 visitantes extranjeros y 24 591 nacionales (Sinac, 2012). Y, si bien es muy cierto que estas áreas protegidas también representan un sinnúmero de problemas paralelos, como las altas presiones del turismo sobre la naturaleza, la apropiación de tierra para los negocios turísticos y los nuevos desarrollos turísticos en los límites de los parques, también es verdad que sus ambiciones de desarrollar el turismo de forma sostenible, en muchos de los casos son realidades (Duim *et al.*, 2002: 18).

Por otra parte, el turismo de Costa Rica también manifiesta prácticas negativas, como la falta de control local de las empresas del ramo (dos de las máximas expresiones al respecto son los destinos Osa y La Fortuna). Algunas organizaciones públicas, privadas y sociales cuestionan que el turismo en este país sea denominado sostenible y ha habido iniciativas interesantes como: el Certificado para la Sostenibilidad Turística para Hoteles, del Instituto Costarricense de Turismo,

que avala el manejo integrado (social, económico y ambiental) de los establecimientos de hospedaje; la aplicación de la “moratoria turística” que establece el límite máximo de habitaciones permitidas; la cooperativa Coopesilencio, en la región Manuel Antonio/Quepos; y la creación de productos regionales que, sin duda, han contribuido al mejoramiento cualitativo del desarrollo turístico de esta nación (Duim *et al.*, 2002: 24, 25 y 30).

En lo que concierne a México, la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp) administra actualmente 176 áreas naturales protegidas de carácter federal que representan 12.9% de la superficie. De éstas, 67 son parques nacionales, con sólo 0.74% del territorio (Conanp, 2012) y, a diferencia de lo que se dice en los discursos políticos, nuestra nación es visitada, en primer término, por su sol y sus playas y, en segundo, por su extensa y variada cultura.

El panorama que ofrece el estado de Jalisco es de insustentabilidad, como lo evidencian algunas obras gubernamentales y privadas —como las villas panamericanas—, los altos grados de contaminación del río Santiago, los cambios en el uso del suelo en detrimento de áreas naturales protegidas (el bosque La Primavera, la barranca de los ríos Verde y Santiago, así como la costa del estado, por ejemplo), los planes parciales de desarrollo urbano mercantilistas y a favor de inmobiliarias voraces. Todo ello plantea grandes desafíos en materia de desarrollo sostenible para los mexicanos y, particularmente, para los jaliscienses.

En Costa Rica, el bosque es la cobertura que predomina (51%) en su territorio (donde se incluyen también humedales, manglares, páramo y sabanas). Los humedales y los bosques de manglar son los hábitats con mayor representatividad en el sistema natural de este país centroamericano (FAO, 2011: 128). A pesar de los múltiples obstáculos que enfrenta el desarrollo del turismo en esta nación, como lo son la obsoleta infraestructura carretera, la carencia de vías férreas y el monopolio en las líneas de transporte terrestre que se reparten regiones y rutas, la actividad turística costarricense marcha por buen camino. Costa Rica se ha posicionado en el ámbito mundial como un país muy seductor para el turismo de naturaleza, mientras que México, como un territorio atractivo principalmente para los amantes del sol y la playa. Los empresarios *ticos*, por lo general explotan el negocio del turismo respetando el medio ambiente, a diferencia de los mexicanos que a menudo olvidan la importancia de la preservación de los recursos naturales y culturales.

A continuación exponemos brevemente dos casos que ilustran el escaso aprovechamiento de los recursos naturales por el sector turístico en México. El primero son los bosques de niebla, pues a pesar de ser un país que cuenta con una gran extensión territorial con montañas, pocos turistas nacionales, no se diga extranjeros, visitan estos bosques, localizados en los volcanes y montañas más altas del territorio (el Parque Nacional Pico de Orizaba, es su mayor elevación, con 5 747 msnm), tales como aquellos localizados en los estados de Chiapas (donde

destaca la reserva de la biosfera El Triunfo), Oaxaca y Veracruz. Mientras que en Costa Rica, los bosques de niebla son verdaderas atracciones para los visitantes nacionales y extranjeros, por lo que se les ha dotado de algunas instalaciones, como es el caso de los puentes colgantes. Entre estos recursos naturales que más viajeros atraen destacan las reservas Monteverde y Santa Elena (en la provincia de Puntarenas), que reciben a miles de personas de todo el mundo cada año.

El segundo caso se relaciona con las tortugas, pues mientras en Costa Rica tienen el Parque Nacional Tortuguero, en la costa caribeña (sitio de gran atracción turística, porque la tortuga verde y otras especies desovan ahí) En el estado de Michoacán en México, la playa Mexiquillo (en el Pacífico mexicano), ha dejado de ser la mayor área de anidación de tortugas laúd en el mundo, que fue alguna vez.

Así, durante la pasada administración gubernamental federal en México, las cosas fueron de mal en peor, pues a pesar de la insistente campaña gubernamental en la que se exageraron los resultados del sector turismo, con estadísticas sesgadas, el sexenio (2006-2012) cerró con un comportamiento discreto. En 2011, los ingresos por turismo internacional cayeron 1.02% y la llegada de turistas apenas creció en 0.4% (OMT, 2013), lo que significó que nuestro país logró mantenerse hasta ese año en el *top ten* de la Organización Mundial del Turismo. En el periodo siguiente, que va de 2011-2013, descendió a la décimo quinta posición (OMT, 2014). Para regresar a ser una de las primeras diez potencias turísticas mundiales fue necesario que el Banco de México (Banxico) modificara su metodología, para poder incorporar en sus estadísticas a los 700 mil viajeros que ingresaron al país por la frontera sur; gracias a ello se llegó a la cantidad de 23 millones 403 mil turistas internacionales, ligeramente superior a los 23 millones 290 mil de 2010 (Banxico, s/f).<sup>1</sup> Dada la enorme riqueza turística natural y cultural que tenemos, estas cifras no son para presumir e, incluso, son engañosas, ya que más de 10 millones de personas (40% del turismo internacional) son turistas fronterizos que gastan apenas 55 dólares en el país. De ahí que en captación de divisas, México haya ocupado el lugar 23 del mundo en 2011, con ingresos de 11 mil 869 millones de dólares, lejos de los 13 mil 369 millones de dólares captados en 2008 (OMT, 2013).

Desde el año 2006, el gobierno mexicano está trastornado por la violencia y el crimen, lo que dificulta que el sector turismo pueda florecer. Por ésta y otras circunstancias desfavorables, como la falta de atracciones y productos turísticos de primer nivel, se ha perdido terreno en el concierto mundial de viajes, que empeoró en 2008 cuando reventó la burbuja bancaria que los estadounidenses crearon al otorgar créditos indiscriminados y generó un virus financiero y una crisis económica global. Este escenario se vio agravado aún más en los años siguientes con la crisis sanitaria de 2009 que vivió nuestro país y alejó al turismo

---

<sup>1</sup> Véase también la columna «Nombres, Nombres y...Nombres» de Alberto Aguilar, en diario *Milenio Jalisco* del 21 de noviembre de 2012, p. 24.

nacional y extranjero de nuestros destinos turísticos y con la desaparición de la línea aérea Mexicana de Aviación en 2010 que ocasionó el aumento de precios en los boletos de vuelos y afectó nuestra conectividad aérea nacional e internacional.

Dos ejemplos testimonian el decaimiento de México en materia de turismo internacional. Primero, desde el inicio de la crisis económica mundial de 2008, Puerto Vallarta, el principal centro turístico del estado de Jalisco, considerado el segundo destino de playa nacional, está en una situación sumamente complicada; pruebas de ello son la cantidad de locales comerciales vacíos en el centro de esta ciudad y la suspensión de un número considerable de cruceros. Segundo, la llegada de estas embarcaciones marítimas a nuestro país continúa siendo uno de los aspectos del turismo más afectados por la inseguridad y no se prevé que tenga alguna recuperación en el corto plazo. Consecuencia de la pésima imagen que México tiene en el exterior, en su lugar, algunos destinos del Caribe se han posicionado en los mercados turísticos de cruceros, sobre todo de Estados Unidos, que fueran nuestros principales clientes. Es indiscutiblemente que esta actividad, como pocas ramas productivas de la economía, es muy permeable a los efectos políticos, económicos, bélicos, sociales y naturales. Por todo ello hay mucho pesimismo en materia turística, máxime que en muchas ciudades y destinos vacacionales se sufre una intensa, profunda y sistemática violencia. Acapulco y Ciudad Juárez, ambas en México, se disputan el primer lugar por el título de la ciudad más violenta del mundo (véase el caso Acapulco, en Gómez Peltier, 2012: 98).

## **Una crítica constructiva del proyecto turístico la Ruta del Peregrino**

Este proyecto, realizado por iniciativa de la pasada administración gubernamental del estado de Jalisco (2007-2012), incluye una serie de esculturas, miradores y albergues y se han acondicionado áreas de descanso, senderos y señalamientos para el disfrute y el esparcimiento de los visitantes, según sus promotores. Aunado a esto, los seis municipios jaliscienses que integran la ruta: Ameca, Mixtlán, Guachinango, Atenguillo, Mascota y Talpa de Allende, han adecuado inmuebles históricos, recuperado espacios para uso turístico (con la instrumentación de paseos o recorridos, vías férreas, etc.), rehabilitado museos u otros recintos culturales.

En concreto, la Ruta del Peregrino pretende aprovechar turísticamente una tradición católica de más de 360 años. Su principal camino, Ameca-Talpa de Allende, alcanza una longitud aproximada de 117 kilómetros, es recorrido a pie por los fieles en un tiempo promedio de tres a tres días y medio, más una estancia promedio de medio día en Talpa de Allende. Algunos hacen el trayecto por

brechas y otros por un costado de la carretera, sin importarles las inclemencias del tiempo. Ciertos tramos son muy sinuosos, con ascensos a montañas de entre 1 300 y 2 000 msnm. El número de personas que participan en la romería hacia la Basílica de la Señora del Rosario de Talpa es muy variable, pues hay quienes calculan una asistencia de alrededor de 2 millones al año, y otros que mencionan cerca de 4 millones (gran proporción de ellos lo hace antes y durante la Semana Santa), provenientes de diferentes estados de la república mexicana, en especial de las entidades del occidente del país: Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit (véase Gobierno del estado de Jalisco, 2006).

De acuerdo con las propias autoridades gubernamentales impulsoras del proyecto, los objetivos de éste son: *a)* estimular mayor afluencia de turistas; *b)* impulsar el turismo cultural, natural y recreativo; *c)* romper con la estacionalidad de la demanda registrada en los meses de marzo y mayo; *d)* promover un desarrollo social y económico en la región; *e)* diversificar el mercado turístico y *f)* crear un producto turístico de clase mundial (Fonatur, 2010).

No obstante las obras, los servicios y acciones realizados por Sectur-Jal, como la organización de talleres de capacitación y concientización dirigidos a prestadores de servicios de la zona y las actividades para promocionar la ruta, hay mucho que discutir acerca de dichos propósitos y del mar de buenas intenciones de que está colmado este proyecto que, de acuerdo con sus promotores, busca:

... enriquecer el paisaje, generar íconos y ofrecer buen servicio a los peregrinos [...] que sea capaz de atraer, a un mediano plazo, un segmento alterno al peregrino, que guste de la arquitectura, el paisajismo y demás bondades que encierra la región; con ello se busca romper la estacionalidad que se tiene por motivos religiosos, durante el mes de marzo y en Semana Santa de cada año.

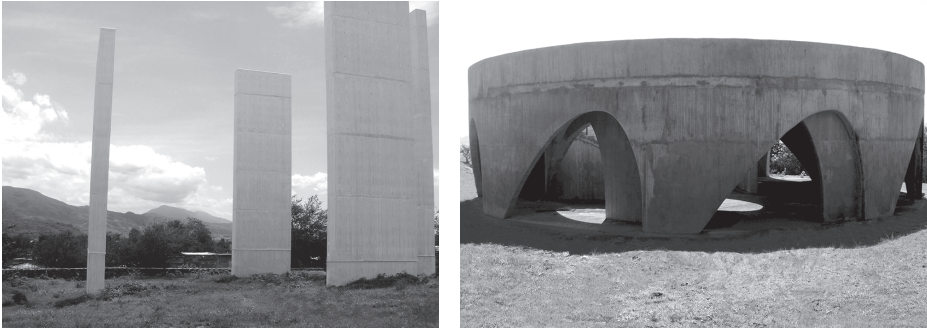
Según la información oficial disponible, este proyecto, que generó una erogación del erario estatal de una cantidad cercana a los 100 millones de pesos, pretendía incorporar algo “innovador” con el desarrollo de once propuestas arquitectónicas (ermitas, albergues y monumentos) a lo largo de la ruta, con el concurso de despachos de profesionales del campo de las artes de primer nivel.

Para el exsecretario de Turismo de Jalisco, Aurelio López Rocha, el proyecto de la Ruta “ha permitido que el estado se posicione de manera importante, siendo éste una ventana en la que se muestre la cultura y tradición de Jalisco a través de la proyección internacional que se tiene en diferentes eventos de esta magnitud”.

Así, conviene preguntarse si es posible detonar el turismo religioso en la región y mejorar la competitividad turística de Jalisco con un proyecto de este tipo, que consiste en una serie de obras que, según sus creadores, reflejan significados metafísicos, pero que nadie descubre o detecta. Con base en esto, ¿qué garantiza el logro de los objetivos propuestos? La respuesta a esta pregunta es muy obvia:



éstos sólo se pueden evaluar mediante su cumplimiento.



**Imagen 1.2.** Monumento a la Gratitude (Lagunillas) de la Ruta del Peregrino.

Fuente: <http://maryluvallejo.wordpress.com/2013/04/13/descuida-gobierno-de-jalisco-ruta-del-peregrino/>

Si bien la Ruta del Peregrino fue proyectada también en los acontecimientos arquitectónicos más importantes celebrados en los ámbitos nacional e internacional, como la Bienal de Arquitectura de Venecia 2012 y la Bienal de Arquitectura Mexicana 2012, donde obtuvo la medalla de plata al ser reconocida como el mejor proyecto religioso, no existen razones suficientes para ser tan optimista con esta iniciativa, máxime cuando los resultados en materia turística, hasta el momento, no han sido positivos ni se observan buenas perspectivas. Cómo no sentir un desencanto con esta ruta turística cuando se pone en tela de juicio la atracción de la mayoría (si no todos) de los monumentos, miradores y ermitas para los peregrinos que la recorren, así como para los turistas que la visitan y aunque sus promotores y diseñadores aseguraran que estas obras maximizarían los beneficios sociales y económicos para la región, por la supuesta expansión del turismo a la romería de la Virgen de Talpa de Allende. Desde nuestro prisma, a lo más que llegarían las obras sería a proporcionar mejores condiciones de refugio a los peregrinos, en los albergues ubicados en los municipios de Guachinango y Atenguillo (véase imagen 1.3).



**Imagen 1.3.** Albergue en el municipio de Guachinango de la Ruta del Peregrino.

Fuente: <http://www10.aeccafe.com/blogs/arch-showcase/2011/11/08/>

Cómo no decepcionarse con este proyecto, cuando el Programa Subregional de Desarrollo Turístico Andador del Peregrino, estado de Jalisco, elaborado por el Fona-tur (2010) a través de una consultora privada (Centro de Estudios para el Desarrollo Urbano y Vivienda Suma),<sup>2</sup> no contempla gran cosa la manera de solucionar los problemas urbanos que provoca el turismo religioso (tal como algunos funcionarios y académicos lo definen) en Talpa de Allende, como la generación de cantidades enormes de basura, aglomeraciones, comercio informal, caos vial, robos, además de la poca conciencia y escasa educación que muestran los visitantes en el cuidado de los lugares públicos. Esta situación se agrava debido a la carencia o a la baja calidad en los servicios turísticos y no turísticos, tales como sanitarios, señalización, seguridad, estacionamiento, atención médica, vialidades y limpieza, entre otros.

Aun cuando los viajes por razones religiosas se han multiplicado en los últimos tiempos en el mundo, esto no evita que se desconfie respecto al supuesto aumento en el número de turistas en la Ruta del Peregrino, en general, y a Talpa de Allende, en particular, debido a todas las dudas que hay con respecto a este proyecto, tales como: ¿cuáles son los mercados turísticos que podrían tener más interés, recursos económicos y tiempo para visitar la Ruta del Peregrino? y ¿cuáles son los mercados que podrían generar mayor derrama económica en la región? Creer que serían los millones de personas que recorren la peregrinación, incluidos los miles de visitantes o turistas que arriban a Talpa de Allende, es no entender lisa y llanamente los funcionamientos y las características de los mercados de viajeros.

Cabe cuestionarse de nueva cuenta, ¿por qué olvidar, como mercados potenciales, a los más de 4 millones de habitantes de la Zona Metropolitana de

<sup>2</sup> Esta consultora privada es citada en Gobierno del estado de Jalisco (2012).

Guadalajara (ZMG) y a los 2.3 millones de turistas nacionales y extranjeros que arribaron a esta metrópoli en 2010 (Sectur-Jal, 2011), aunados a los 3.8 millones de viajeros a Puerto Vallarta? (Gobierno Municipal Puerto Vallarta, 2010), y ¿qué tanto la infraestructura y las “emblemáticas” piezas arquitectónicas que comprende la Ruta del Peregrino, que supuestamente se suman al ritual religioso, han atraído el interés de estos mercados y qué resultados se han obtenido?

Los responsables del proyecto no han comprendido el ambiente de las romerías mexicanas y olvidan (consciente o inconscientemente) que quienes por lo general participan en ellas, no son turistas. Resulta inconcebible que la Sectur-Jal haya iniciado las obras de la Ruta del Peregrino, sin haber hecho estudios y análisis profundos y serios previos que permitieran determinar los mercados reales y potenciales. ¿Por qué confundir turista con peregrino, si este último, para el caso que nos compete, a menudo no se hospeda en Talpa de Allende ni en el resto de los municipios que integran la ruta?, ¿por qué considerar como mercado meta para el proyecto a los peregrinos que se desplazan a Talpa de Allende, cuando la mayoría de ellos no permanece más de 24 horas en esta localidad? Los promotores del proyecto ignoran que su peregrinaje es un acto de fe y de penitencia, no tanto de esparcimiento.

En virtud de esto, hay escepticismo en cuanto a las estadísticas que muestran las fuentes oficiales, que indican, por ejemplo, tres millones de personas como afluencia turística a la región en los últimos años (Gobierno del estado de Jalisco, 2012); 1.5 días como estancia promedio y 900 pesos como gasto medio de los visitantes a Talpa de Allende en el lugar (Sectur-Jal, 2009). Siendo honestos, el mercado de peregrinos, por lo menos en México, aun con su carácter masivo, no es fuente importante de ingresos económicos. Como destino, Talpa de Allende<sup>3</sup> dista mucho cuando se le compara con el producto turístico que ofrecen el Vaticano y el Camino de Santiago a Compostela, donde se realiza una de las peregrinaciones más conocidas del mundo.

Hay importantes cuestiones abiertas que requieren también contestarse: ¿cuál es la nueva oferta de atractivos turísticos creada en torno al proyecto?, ¿qué se ha

<sup>3</sup> Distan mucho también, como destino turístico, las otras dos romerías más importantes en Jalisco: la de Zapopan, en la que concurren en un solo día cerca de 2.5 millones de personas, principalmente de la ZMG, y la de San Juan de los Lagos, con 7 millones (estas cifras son tomadas de Ruezga y Martínez, 2006). A Talpa de Allende acuden todo el año, pero especialmente en cuatro grandes fiestas religiosas: *a*) la del 2 de febrero, con motivo del día de La Candelaria; *b*) a partir del 11 de abril y hasta el 19 de marzo, días del novenario al señor San José; *c*) en Semana Santa y *d*) el 12 de mayo, cuando se realiza la coronación a la Señora del Rosario. La romería de la Virgen de Zapopan, que se desarrolla cada 12 de octubre, es la tercera peregrinación más importante del país, después de la de la Virgen de Guadalupe y la de la Virgen de San Juan de los Lagos. En esta última, durante la fiesta de La Candelaria, que se celebra el 2 de febrero de cada año, las autoridades religiosas estiman en unos dos millones los peregrinos que visitan San Juan de los Lagos.

hecho para explotar el potencial turístico de la región en cuanto a recursos naturales y culturales como montañas, bosques, haciendas, templos o gastronomía?, ¿en qué proporción se han logrado las metas de La Ruta del Peregrino?, ¿cuáles son las estrategias, es decir, los proyectos y acciones (con los recursos adecuados de todo tipo) para la consecución de las metas?

Asimismo, ¿por qué creer que una manifestación cultural, como la peregrinación de referencia, es un atractivo turístico? Las atracciones, como su nombre lo indica, deben motivar la visita de turistas. Y las mejores son aquellas que son capaces de atraer y agradar a gente de todo el mundo. Por eso, no es muy lógico querer promover turísticamente la ruta, cuando carece de elementos interesantes que estimulen desplazamientos de viajeros.

No es sensato pensar que La Ruta del Peregrino se constituirá en un producto turístico competitivo y diversificado de nivel internacional, sólo porque las obras y monumentos fueron diseñadas por un grupo de arquitectos mexicanos y extranjeros estrellas.<sup>4</sup> Ni siquiera con el desarrollo de acciones de promoción y comercialización, la ruta llega a ser realmente un producto turístico competitivo, pues el conjunto de atractivos e instalaciones de servicios y acceso que la componen no atraen a grupos de turistas (ni en bajas proporciones) para realizar actividades de ocio. En poco o en casi nada se comparan los “hitos arquitectónicos” que integran la Ruta del Peregrino con el Cristo del Corcovado en Río de Janeiro, Brasil, o el Cristo Rey en el Cerro del Cubilete en Guanajuato, México; ambos por demás destacables como miradores y monumentos religiosos reconocidos en los contextos nacional y mundial.

Tampoco la rehabilitación de lo que fuera un hospital, como Centro Cultural Regional en Ameca, ni el rescate de las vías y la antigua estación de ferrocarril en este mismo municipio, efectuado como parte del Proyecto Vías Verdes, han hecho de la ruta y de esta localidad —ubicada en uno de sus puntos—, un producto turístico de primer orden. Éstas y otras acciones son relevantes, sin duda, pero insuficientes para fortalecer e impulsar el turismo nacional e internacional en la región; incluso se pone en entredicho que este proyecto apunte estratégicamente hacia la solución de los principales problemas sociales de la región: el desempleo y la pobreza en que viven amplios sectores de la población. La cuestión aquí es cómo lograr una articulación estrecha entre las políticas turísticas y económicas con las políticas sociales, urbanas y ambientales que a menudo han estado ausentes en los planes y programas de desarrollo del turismo? Desde luego, esto sólo será posible cuando los que toman las decisiones tengan pensamiento estratégico, creativo e

---

<sup>4</sup> Las intervenciones realizadas en la Ruta del Peregrino han sido por parte de los siguientes despachos: Tatiana Bilbao (México), Dellekamp Arquitectos (México), Christ&Gantenbien (Suiza), FAKE Design Ai Weiwei (China), Luis Aldrete (México), HMF Architects (Suiza), Elemental (Chile) y Periférica Arquitectura (México) [Consultado el 7 de marzo de 2013 en: <http://visitapuertovallarta.com.mx/noticias/2012/08/la-ruta-del-peregrino-presente-en-la-bienal-de-arquitectura-en-venecia-italia/>].

innovador. Las nobles intenciones tendrán resultados desalentadores si no son acompañadas por estrategias de promoción, publicidad, capacitación y fomento de inversiones privadas para dotar de mejores y mayores servicios e instalaciones, pero, sobre todo, de macro atracciones turísticas, como lo han hecho otros países.<sup>5</sup> Hay que recordar que para que un destino triunfe, necesita renovar su oferta.

Es evidente que las instituciones gubernamentales no alcanzarán los objetivos propuestos con La Ruta del Peregrino, mientras no se involucre a los agentes clave. Es imposible lograr los retos planteados cuando los lugareños no se han involucrado en este proyecto, debido a su desconocimiento. De igual forma, se considera inviable detonar el turismo en la región mientras los grupos empresariales no muestren su interés, pues sin ellos son inalcanzables otras fuentes de financiamiento, distintas a las del sector público.

La lección que debemos aprender proviene de esa máxima que dicta que “Si sigues haciendo lo de siempre, obtendrás los resultados de siempre; si quieres algo mejor, tendrás que hacer otras cosas”. Es indiscutible que en el proyecto La Ruta del Peregrino hay intereses económicos y poco talento de parte de los funcionarios. Me parece un error ese afán de querer eliminar los obstáculos a la competitividad y al desarrollo turístico de los destinos vacacionales, con la instrumentación de proyectos urbanísticos cosméticos o embellecidos, venta de bienes raíces y acciones de promoción y publicidad que no llegan al fondo de los problemas turísticos, sociales, culturales y ambientales. En síntesis, si se quiere salir del atraso que muestra el turismo alternativo de México, en general, y de Jalisco, en particular, es necesario hacer cosas diferentes.

Se puede afirmar que en nuestro país hay más proyectos de turismo alternativo fracasados que exitosos, debido, entre otras causas, a que los mexicanos hemos sido incapaces de hacer que sean un atractivo para que los turistas los visiten, sobre todo aquellos sitios localizados en las zonas rurales. Por esta razón, el gran reto que tenemos es resolver los impedimentos y equívocos más comunes que han ocasionado que numerosos proyectos no cumplan con lo prometido, como, por ejemplo, convertirse en verdaderas atracciones turísticas.

Desde hace mucho tiempo, políticos y uno que otro académico incauto han presumido a México como potencia turística internacional, con sus aproxima-

<sup>5</sup> Según la revista *Forbes*, las diez mayores atracciones del mundo, de acuerdo con la cantidad de visitantes que reciben al año, considerando tanto turistas internacionales como domésticos, son: 1) Times Square, en Estados Unidos, con 35 millones. 2) National Mall & Memorial Parks, en Estados Unidos, con 25 millones. 3) Walt Disney World's Magic Kingdom, en Estados Unidos, con 16.6 millones. 4) Trafalgar Square, en Reino Unido, con 15 millones. 5) Disneylandia, en Estados Unidos, con 14.7 millones. 6) Cataratas del Niágara, en Canadá y Estados Unidos, con 14 millones. 7) Fisherman's Wharf y Golden Gate, en Estados Unidos, con 13 millones. 8) Disneylandia Tokio y Disney Sea, en Japón, con 12.9 millones. 9) Catedral de Nôtre-Dame, en Francia, con 12 millones. 10) Disneylandia París, en Francia, con 10.6 millones (citada en LaReserva.com, 2009).

damente 23.4 millones de turistas extranjeros para 2011; cifra que no deja de ser desilusionante si se considera su privilegiada ubicación geográfica, casi tres mil kilómetros de frontera con la primera economía global y el primer emisor de viajeros del mundo. Pero también es decepcionante cuando se hace la comparación con la cantidad de turistas que reciben Francia y España: la primera con casi 79.5 millones de turistas extranjeros para ese mismo año y la segunda con casi 57.6 millones (cifras tomadas del CNET y Universidad Anáhuac, 2012: 15), pese a que el territorio de cada uno de estos países es de apenas casi la cuarta parte del de México.

Lo que se ha logrado, sin duda, es poco respecto a lo mucho que se puede alcanzar. De ahí que no debe haber espacio para el conformismo ni para la complacencia. No es permisible continuar en la misma inercia, el sector turismo en México requiere una genuina transformación, máxime cuando las tendencias apuntan a que nuestro país descenderá cada vez más en el *ranking* de captación de turistas internacionales y de divisas por conceptos relacionados con éste.

Gran parte del conocimiento turístico se basa en creencias prescriptivas o normativas, en el sentido del deber ser: “hay que respetar los recursos naturales...; hay que involucrar a las poblaciones locales en el desarrollo...”. No sólo políticos, sino también muchos académicos siguen empecinados en esa ominosa actitud que trata de divinizar al turismo alternativo y demonizar al de sol y playa. En el medio turístico aún prevalece la ilusión, implantada por el discurso dominante, de que con sólo promover el turismo alternativo en las comunidades rurales, las sacará de la pobreza y la marginación social.

## Conclusiones

El estudio de las buenas prácticas para tomarlas como modelos, pero también las malas prácticas para no cometer los mismos errores, es una estrategia especialmente útil. De ahí la utilidad de compartir las experiencias positivas y negativas de México y de Costa Rica, relacionadas con él.

Lo que se ha querido mostrar en este trabajo es que no existen razones para estar satisfecho con la situación actual del turismo alternativo mexicano, aun cuando la burocracia —que está en una posición cómoda— y los académicos acrílicos biempensantes pregonen lo contrario. A diferencia de lo que sucede en esta modalidad de turismo en Costa Rica, en nuestro país, por lo general, no ha sido un instrumento para el desarrollo comunitario y rural, ya que la mayoría de los proyectos conocidos no ha cumplido con lo que promete (como el mejoramiento en la calidad de vida de las poblaciones locales), ni ha logrado que los lugares donde se ha instrumentado esta actividad compitan exitosamente en los mercados turísticos nacionales e internacionales. Es una realidad que México

no está incursionando en un nuevo modelo turístico que sustituya al turismo de sol y playa dominante desde los años setenta, pese a que éste no ha generado progreso ni oportunidades para todos. El mantener la fantasía de que el turismo en nuestro país está cambiando hacia opciones más amigables con el medio ambiente y la cultura de los pueblos receptores de visitantes, hace que los acuciantes problemas no se encaren y, en consecuencia, no se resuelven; mucho menos se intenta transformar la estrategia de desarrollo imperante.

Es una quimera asegurar que La Ruta del Peregrino promoverá el desarrollo social y económico en la región, según uno de los objetivos establecidos por el Fonatur (2010), mientras persistan las terribles desigualdades sociales, los altos grados de desempleo y subempleo, así como los escasos presupuestos y las deudas en las finanzas de los municipios que integran esta ruta. El proyecto, por más que se diga lo contrario, es un completo fracaso por el nulo atractivo turístico de sus monumentos, ermitas y senderos. ¿Cómo poder asegurar que estas obras motivarán corrientes de viajeros? Esta ruta sólo será un producto turístico de talla mundial cuando realmente motive flujos de visitantes de países extranjeros. Para ello es necesario instrumentar una auténtica estrategia de crecimiento y de mejora en su competitividad, que promueva tanto una oferta de servicios de calidad (en esencia, hospedaje, alimentos y bebidas), como la dotación de una serie de atracciones de primer nivel.

Es claro que los recursos económicos destinados a ese proyecto no se utilizaron con seriedad, ya que se reprodujeron viejas fórmulas que funcionan relativamente y que cualquiera puede imitar, como el diseño de una credencial para el registro del recorrido y el descuento en el consumo de diversos servicios. Querer detonar el turismo en la región con estas ideas trilladas habla de poco talento. Lo más grave aquí es que gran parte de la inversión pública (que todos los ciudadanos pagamos con los impuestos) se destinó a construcciones arquitectónicas supuestamente innovadoras, con un toque “moderno de espiritualidad” que nadie entiende. Los creadores de este proyecto olvidaron o ignoraron que el turismo rural (una modalidad del alternativo) está decayendo en Europa, debido, entre otras causas, a que en la mayoría de los casos no es un gran negocio pues no presenta economías de escala, como sí acontece con el turismo de sol y playa y el residencial (inversiones inmobiliarias); además, en México (en contraste con Costa Rica) pocos empresarios arriesgan su capital en este tipo de turismo.

Creo que hay cosas más importantes en la región en las que invertir los recursos económicos públicos. Con la cantidad destinada al proyecto de La Ruta del Peregrino se hubiese podido, por ejemplo, rehabilitar uno de los tantos museos de la zona, que generaría productos turísticos más sofisticados para comercializarlos en los mercados nacional e internacional. La idea de construir monumentos, ermitas y albergues me parece pésima, no tanto por el aspecto estético, aunque estas

construcciones no sean mis obras arquitectónicas favoritas, sino por las erróneas políticas turísticas y las malas decisiones en materia religiosa.

Así pues, este trabajo difiere de los de los optimistas que quieren que todo aquello que es deseable sea posible. El lenguaje popular es elocuente en este sentido: “De buenas intenciones está empedrado el camino del infierno”. El infierno está lleno de buenos deseos y el cielo de buenas obras. Esto quiere decir que no basta con la intención, sino que los buenos propósitos se deben acompañar de acciones concretas y correctas. A la luz de los insatisfactorios resultados obtenidos hasta el momento, se tiene el legítimo derecho de dudar que se cumplan los objetivos que se fijaron con respecto a La Ruta del Peregrino, pues ésta quedó, al final del sexenio de la anterior administración gubernamental de Jalisco, en un asunto de ¡puras promesas o loables intenciones retóricas!, como es costumbre con la mayor parte de los planes y programas elaborados por el Fonatur y la Sectur. Es lamentable que haya quien todavía no admita los yerros de este proyecto en la esfera, al menos, del turismo. Hay que ser sinceros y admitir que las obras y acciones no han tenido ni tendrán repercusiones en los ámbitos turístico, económico y social, pero sí han beneficiado sólo a quienes los diseñaron y los instrumentaron.

De todo lo dicho el corolario es que el turismo en México, en general, y en particular el alternativo, pintan mal. Muy mal. Costa Rica, pese a los problemas que enfrenta, a diferencia nuestra, es un ejemplo de lo que se debe hacer en ecoturismo o turismo de naturaleza en el ámbito mundial. Esta diferencia no se debe a que los ticos tengan mejores recursos naturales que los mexicanos (como algunos despistados académicos sostienen), sino, hay que reconocer, que ellos han hecho las cosas bien, o por lo menos mejor que nosotros, sobre todo en materia de conservación de su patrimonio natural y de promoción turística; algo que nos debe invitar a la reflexión, pues todavía tenemos mucho camino por andar al respecto. Para recuperar el liderazgo mundial que tuvimos en el campo turístico en el pasado reciente es necesario, entre otras medidas, diseñar e instrumentar un nuevo y real proyecto de desarrollo, incluyente y con crecimiento. Es verdad que llevar a buen puerto este propósito es tarea difícil, pues no hay recetas únicas que nos digan, sin ninguna vacilación, cuál es la mejor vía para lograrlo. Sin embargo, nada impide alcanzar lo anhelado, que no sean los límites de la razón.



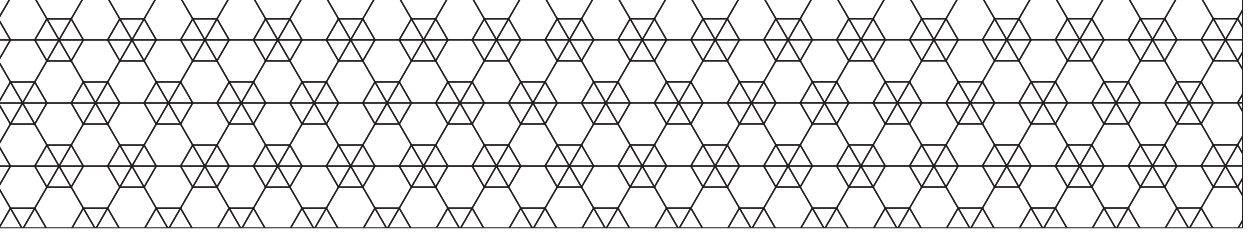
## Bibliografía

- BANCO DE MÉXICO (S/F). “VIAJEROS INTERNACIONALES (SALDO E INGRESOS)”. CONSULTADO EL 18 DE MARZO DE 2013 EN: <http://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadroAnalitico&idCuadro=CA198&sector=1&locale=es>
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (2013). “Perspectivas económicas de América Latina 2013”. Consultado el 18 de julio de 2014 en: [http://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/48374/LEO\\_2013.pdf](http://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/48374/LEO_2013.pdf)
- CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (2012). “The WorldFactbook”. Consultado el 19 de agosto de 2014 en: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2119.html#in>
- CONSEJO NACIONAL EMPRESARIAL TURÍSTICO Y UNIVERSIDAD ANÁHUAC MÉXICO NORTE (2012). *Panorama de la actividad turística en México. Información para la toma de decisiones de los empresarios*, núm. 6 (enero-abril), México.
- CONSEJO ESTATAL DE POBLACIÓN (2010). “La población indígena de Jalisco”, en *Desarrollo humano y demografía de grupos vulnerables en Jalisco*, cap. 8, México, pp. 105-113. Consultado el 11 de marzo de 2013 en: <http://coepo.app.jalisco.gob.mx/PDF/LibroDesarrollo/capitulo8.pdf>
- COMISIÓN NACIONAL DE ÁREAS PROTEGIDAS (DICIEMBRE DE 2012). Página web de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat). Consultado el 30 de enero de 2013 en: [http://www.conanp.gob.mx/que\\_hacemos/](http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/)
- CONSEJO NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA DE DESARROLLO SOCIAL (2012). “Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, 2012”. Consultado el 21 de julio de 2014 en: [http://www.coneval.gob.mx/Medicion/PublishingImages/Pobreza%202012/CUADRO%201\\_POBREZA\\_2012\\_CON\\_COMBUSTIBLE.jpg](http://www.coneval.gob.mx/Medicion/PublishingImages/Pobreza%202012/CUADRO%201_POBREZA_2012_CON_COMBUSTIBLE.jpg)
- (2012a). “Informe de Evaluación de la Política de Desarrollo Social en México 2012”. Consultado el 31 de marzo 2013 en: <http://www.eluniversal.com.mx/graficos/pdf12/IEPDSMEX2012nov.pdf>
- CONSEJO CIUDADANO PARA LA SEGURIDAD PÚBLICA Y JUSTICIA PENAL A.C. (2013). “Ranking de las 50 ciudades más violentas del mundo en 2012”. Seguridad Justicia y Paz. Consultado el 13 de abril de 2013 en: <http://www.seguridadjusticiaypaz.org.mx/biblioteca/prensa/finish/5-prensa/163-san-pedro-sula-otra-vez-primer-lugar-mundial-acapulco-el-segundo/o>
- CONSEJO MEXICANO DE ASUNTOS INTERNACIONALES (2010). “México en el Mundo”. Consultado el 20 de febrero de 2013 en: <http://www.consejomexicano.org/es/mexico-en-el-mundo>
- DUIM, RENÉ VAN DER, JANINE CAALDERS, ALLEN CORDERO, LUISA VAN DUYNEN MONTIJN Y NANDA RITSMA (2002). *El desarrollo del Turismo Sostenible. Los caso de Manuel Antonio y Texel*, FLACSO, San José, Costa Rica.

- ESCALERA REYES, JAVIER Y RAFAEL CÁCERES FERIA (2010). "Turismo de base local, identificaciones colectivas, desarrollo sostenible y resiliencia socioecológica en las fuentes del Río San Juan (Región Huetar Norte del Costa Rica)", en Javier Escalera Reyes y Nury Benavides Calvo (eds.), *Turismo sostenible, desarrollo local y articulación regional transfronteriza en el Río San Juan (Costa Rica-Nicaragua)*, FLACSO, Costa Rica, pp. 119-148.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN (2011). *Situación de los bosques del mundo*. Año Internacional de los Bosques 2011, Roma, Italia.
- FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (2010). *Programa subregional de desarrollo turístico Andador del Peregrino, estado de Jalisco*, Tercer Taller de Planeación (noviembre), Talpa de Allende, México.
- FORBES (2013). *The Worlds Billionaires*. Consultado el 28 de marzo de 2013 en: [http://www.forbes.com/billionaires/list/#page:1\\_sort:o\\_direction:asc\\_search:mexico\\_filter:All%20industries\\_filter:All%20countries\\_filter:All%20states](http://www.forbes.com/billionaires/list/#page:1_sort:o_direction:asc_search:mexico_filter:All%20industries_filter:All%20countries_filter:All%20states)
- GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO (2006). "Rutas Culturales de Jalisco Mx, Ruta del Peregrino. El Camino de la Virgen del Rosario", núm. 3. Consultado el 12 de marzo de 2013 en: [http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/guias/guias\\_jalisco/guias\\_jalisco/3%20operegrino.pdf](http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/guias/guias_jalisco/guias_jalisco/3%20operegrino.pdf)
- \_\_\_\_ (2012), *Periódico Oficial del estado de Jalisco del 4 de febrero de 2012*, núm. 5, sección II, México. Consultado el 25 de abril de 2013 en: [http://app.jalisco.gob.mx/PeriodicoOficial.nsf/BusquedaAvanzada/12673FA5DB54FF5686257999007302F5/\\$FILE/02-04-12-II.pdf](http://app.jalisco.gob.mx/PeriodicoOficial.nsf/BusquedaAvanzada/12673FA5DB54FF5686257999007302F5/$FILE/02-04-12-II.pdf)
- GOBIERNO MUNICIPAL DE PUERTO VALLARTA (2010). "Plan Municipal de Desarrollo 2030", en *Gaceta Municipal*, año 1, núm. 5. Consultado el 12 de abril de 2013 en: [http://dotnet.puertovallarta.gob.mx/oldsite/TmpTransparencia/transparencia/PMD/pdf/PMD\\_10\\_12/turismo.pdf](http://dotnet.puertovallarta.gob.mx/oldsite/TmpTransparencia/transparencia/PMD/pdf/PMD_10_12/turismo.pdf)
- GÓMEZ NIEVES, SALVADOR (2006). "Turismo sustentable: la Industria del mito y la fantasía", en Ruth Miranda Guerrero y Lucía González Torreros (coord.), *Perspectivas geográficas del turismo*, Universidad de Guadalajara, México, pp. 21-50.
- \_\_\_\_ (2010). "Usos y abusos en el discurso del turismo alternativo en México", en *Educación superior e investigación turística. Retos, problemas y desilusiones*, Septem Ediciones, España, pp. 223-242.
- \_\_\_\_ Y A. LEGUER (2011). "La triste realidad del turismo alternativo: el caso del ecoturismo de la zona huichol", en Jesús Arroyo Alejandre e Isabel Corvera Valenzuela (comps.), *Desarrollo Insostenible, Gobernanza, Agua y Turismo*, Universidad de Guadalajara/UCLA Program of Mexico/ PROFMEX-WORLD/ Juan Pablos, México, pp. 327-357.
- \_\_\_\_ (2012). "La planificación de los destinos turísticos mexicanos: una receta mil veces vanagloriada", *Investigaciones Turísticas*, 4 (julio-diciembre), Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante, España, pp. 77-98.

- GÓMEZ PELTIER, G. (2012). “Acapulco a la carta”, Nexos, año 35, vol. XXIV, núm. 420 (diciembre), México, pp. 96-98.
- HOLDEN, ANDREW (2008). *Environment and Tourism*, Routhledge Taylor & Francis Group, 2ª ed., USA.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS DE COSTA RICA (2011). “Resultados Generales de Población y Vivienda del Censo 2011”. Consultado el 4 de febrero de 2013 en: <http://www.inec.go.cr/Web/Home/GeneradorPagina.aspx>
- INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO (2012). “Anuario estadístico de turismo”. Costa Rica sin ingredientes artificiales. Consultado el 15 de marzo de 2013 en: [http://www.visitcostarica.com/ict/backoffice/treeDoc/files/Anuario\\_de\\_Turismo\\_2012.pdf](http://www.visitcostarica.com/ict/backoffice/treeDoc/files/Anuario_de_Turismo_2012.pdf)
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*, México.
- LARESERVA.COM (2009). “Las 10 atracciones turísticas más visitadas del mundo”. Consultado el 28 de marzo de 2013 en: [http://www.lareserva.com/home/10\\_sitios\\_turisticos\\_mas\\_visitados\\_mundo](http://www.lareserva.com/home/10_sitios_turisticos_mas_visitados_mundo)
- MAYO, SAMUEL (2013). “Reportaje Pico de Orizaba: Los hijos del Volcán, entre la tala y el narco”, en Suplemento Dominical *Milenio*, Jalisco, 27 de enero.
- MONTIPEDIA. ENCICLOPEDIA DE MONTAÑA (S/F). “Montañas más altas de América Central”. Consultado el 4 de febrero de 2013 en: <http://www.montipedia.com/montanas-altas/america-central/>
- (S/F). “MONTAÑAS MÁS ALTAS DE AMÉRICA DEL NORTE”. Consultado el 4 de febrero de 2013 en: [http://www.montipedia.com/montanas-altas/america-del-norte/Mora\\_Salas\\_Minor\\_y\\_Juan\\_Pablo\\_Pérez\\_Sáinz\\_\(2009\).\\_SE\\_ACABÓ\\_LA\\_PURA\\_VIDA.\\_AMENAZAS\\_Y\\_DESAFÍOS\\_SOCIALES\\_EN\\_LA\\_COSTA\\_RICA\\_DEL\\_SIGLO\\_XXI,\\_FLACSO,\\_Costa\\_Rica.](http://www.montipedia.com/montanas-altas/america-del-norte/Mora_Salas_Minor_y_Juan_Pablo_Pérez_Sáinz_(2009)._SE_ACABÓ_LA_PURA_VIDA._AMENAZAS_Y_DESAFÍOS_SOCIALES_EN_LA_COSTA_RICA_DEL_SIGLO_XXI,_FLACSO,_Costa_Rica.)
- NEW ECONOMICS FOUNDATION (2012). “The Happy Planet Index: 2012 Report. A global index of Sustainable we... being”. Consultado el 28 de febrero de 2013 en: <http://www.happyplanetindex.org/assets/happy-planet-index-report.pdf>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (2012). *Tourism Towards 2030, Global Overview*, España.
- (2013). “World Tourism Barometer”. Statistical Annex. Consultado el 12 de marzo de 2013 en: [http://www.siimt.com/work/sites/siimt/resources/LocalContent/1119/65/PDF\\_RankingOMT\\_Ene2013.pdf](http://www.siimt.com/work/sites/siimt/resources/LocalContent/1119/65/PDF_RankingOMT_Ene2013.pdf)
- (2014). “World Tourism Barometer”. Statistical Annex. Consultado el 18 de julio de 2014 en: [http://www.siimt.com/work/models/siimt/Resource/1119/PDF\\_RankingOMT\\_2013\\_Abr2014.pdf](http://www.siimt.com/work/models/siimt/Resource/1119/PDF_RankingOMT_2013_Abr2014.pdf)
- OPPENHEIMER, ANDRÉS (2010). “¡Basta de historias! La obsesión latinoamericana con el pasado y las 12 claves del futuro”, *Debate*, 3ª reimpr., México.
- PANDA, TAPAN K., MISHRA SITIKANDHA Y BIVRAJ BHUSAN PARIDA [ED.] (2004). *Tourism managemnt, The Socio-economic and Ecological Perspective*, Universities Press, India.

- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (2011). "Indicadores Internacionales sobre Desarrollo Humano". Consultado el 14 de febrero de 2013 en: <http://hdrstats.undp.org/es/paises/perfiles/CRI.htm>
- RAMONEDA, JOSEP (2012). *La izquierda necesaria*, RBA, Barcelona.
- RUEZGA GUTIÉRREZ, SILVANO Y ROGELIO MARTÍNEZ CÁRDENAS (2006). "El turismo por motivación religiosa en México, el caso de San Juan de los Lagos", en *Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo*, 14, Conaculta, México, pp. 167-176.
- SÁNCHEZ JUÁREZ, ISACC LEOBARDO (2012). "Elecciones y economía", en blog *Tiempo Económico*, 25 (junio). Consultado el 31 de marzo de 2013 en: <http://www.tiempoeconomico.com.mx/2012/06/25/elecciones-y-econom%C3%ADa/>
- SARTI, LAURA (2004). "Situación actual de la tortuga laúd (*Dermodochelys coriácea*) en el Pacífico mexicano y medidas para su conservación y recuperación". Semarnap, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y Fondo Mundial para la Naturaleza. Consultado el 28 de marzo de 2013 en: [http://www.wwf.org.mx/wwfmex/descargas/laud\\_o41207.pdf](http://www.wwf.org.mx/wwfmex/descargas/laud_o41207.pdf)
- SECRETARÍA DE TURISMO DEL ESTADO DE JALISCO (2009). *Anuario Estadístico 2009*, México.
- \_\_\_\_\_ (2011). *Anuario Estadístico 2011*. México.
- SECRETARÍA DE PLANEACIÓN JALISCO (2013). "¿Cómo vamos en Jalisco? Tablero de indicadores del desarrollo de Jalisco". Consultado el 14 de febrero de 2013 en: <http://seplan.app.jalisco.gob.mx/tablin/indicador/consultarDatos/160?nivelId=1&max=10&conceptoId=&programaId=&palabra=&subprogramaId=&dependenciaId=&offset=10&temaId=&ejId=&agrega>
- SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS DE CONSERVACIÓN (2010). Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones (Minaet), "Plan Estratégico Sistema Nacional de Áreas de Conservación- SINAC 2010-2015, Costa Rica". Consultado el 4 de febrero de 2013 en: <https://www.sinac.go.cr/documentacion/Planificacin/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20Institucional%20SINAC%202010-2015.pdf>
- \_\_\_\_\_ (2012). Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones (Minaet), "Parque Nacional Tortuguero", Logros 2012. Costa Rica. Mimeo.
- SMITH, VALENE L. Y WILLIAM R. EADINGTON (1992). *Tourism Alternatives. Potentials and Problems in the Development of Tourism*, University of Pennsylvania Press, USA.
- VARGAS ELIZONDO, CELSO (2010). "Pensando una Centroamérica integrada: la región transfronteriza del Río San Juan", en Javier Escalera Reyes y Nury Benavides Calvo (eds.), *Turismo sostenible, desarrollo local y articulación regional transfronteriza en el Río San Juan (Costa Rica-Nicaragua)*, FLACSO, Costa Rica, pp. 15-33.
- US EMBASSY (MARZO 2011). "Snapshot U.S.-México. Comercio bilateral". Consultado el 9 de marzo de 2013 en: [http://photos.state.gov/libraries/mexico/310329/20jul11/SP\\_Fact\\_Sheet\\_Bilateral\\_Trade\\_2011.pdf](http://photos.state.gov/libraries/mexico/310329/20jul11/SP_Fact_Sheet_Bilateral_Trade_2011.pdf)



# Organización y políticas hacia el sector del turismo alternativo en Polonia

URSZULA ZULAWSKA

---

En este capítulo se describen los principales rasgos de desarrollo de una forma alternativa de turismo rural en Polonia, como es el agroturismo. Para entender mejor el fenómeno se presentarán: *a)* la evolución del sector turístico en Polonia, *b)* el lugar de agroturismo en el sector turístico, *c)* las condiciones legales del funcionamiento de éste y, finalmente, *d)* las políticas hacia este sector.

## Concepto de turismo alternativo

Por turismo alternativo entendemos el turismo no masivo que, además, da importancia especial a la conservación de los valores medioambientales, sociales y culturales, es decir, los considerados característicos del desarrollo sustentable.

Algunas formas de este tipo de turismo son el de aventura o el relacionado con varios tipos de deportes populares: ciclismo, canotaje, esquí, etcétera. Para algunas formas de turismo alternativo se necesitan condiciones especiales geográficas, como montañas altas, desiertos o bosques. Polonia no cuenta con este tipo de terrenos, por ello, tiene mayores posibilidades para el desarrollo del turismo alternativo relacionado con áreas rurales, como el agroturismo. El término agroturismo se usa en Polonia desde 1994, tomado de las experiencias de Europa occidental.

Por lo general, el agroturismo se entiende como un tipo de turismo rural, conocido en Polonia ya desde hace décadas con el nombre *vacaciones bajo el árbol de pera*, entre otros. Es una forma de recreación con alojamiento en una granja en funcionamiento, donde se convive con los anfitriones y se participa en una serie de trabajos de campo, se aprende cómo son la cría de animales y la producción de cultivos. Los objetivos principales de este tipo de organización de estancias vacacionales son: proporcionar ingresos adicionales a los agricultores para frenar

la migración hacia a las ciudades, por un lado, y, por el otro, crear posibilidad de vacaciones baratas y con un ingrediente educativo para la gente de la ciudad.

La existencia de este tipo de turismo alternativo está condicionada por la estructura de tenencia de la tierra y se práctica donde hay granjas relativamente pequeñas que no explotan al cien por ciento sus capacidades productivas, en especial la mano de obra. Por ello, se instrumentaron principalmente en las regiones montañosas de Europa, en Los Alpes (Austria, Alemania y Francia), así como en Gran Bretaña e Irlanda. Por lo general, el agroturismo en estos países cuenta con sus propias organizaciones. La Unión Europea apoya este tipo de actividades en sus diferentes programas, en particular los dirigidos a las áreas rurales y a la cohesión.

De los países con economía centralizada, esta forma de organización de servicios turísticos fue posible sólo en Polonia, porque en otros, la colectivización acabó con la mayoría de las granjas pequeñas y medianas.

Desde el cambio del sistema económico, el sector agroturístico ha sido objeto de investigaciones científicas. La bibliografía acerca del tema suma más de mil publicaciones científicas. En sus inicios, los autores se concentraban en la descripción de las experiencias europeas en este campo y en resaltar los atractivos de este tipo de turismo. Con el tiempo, el agroturismo tomó tal importancia que llegó a influir en el desarrollo de las regiones rurales.

Después del año 2000, los científicos se han concentrado en la aplicación de sus conocimientos, es decir, en la preparación de los proyectos concretos de desarrollo del agroturismo. Desde 2004 se ha intentado establecer los modelos de agroturismo y sus pautas de evolución. Las conferencias organizadas por la Universidad de Poznań, por la Academia Agrícola de Varsovia y por las organizaciones agroturísticas tienen periodicidad anual. Las actividades científicas en este campo cuentan con el apoyo financiero de los programas de la Unión Europea.

## **Evolución del sector turístico en Polonia**

El turismo tuvo presencia destacada en Europa desde el siglo XIX, pero sólo la gente de clase alta o media alta podía practicarlo. En ese siglo aparecieron la tuberculosis y otras enfermedades, de modo que gran parte de los viajes se realizó con objetivos médicos. Como no todos podían hacer frente a los costos relacionados con largas estancias en los lugares climáticamente propicios, se alojaban en las casas particulares, en lugar de hacerlo en hoteles de lujo, que eran más onerosos. Otro grupo de primeros usuarios de alojamientos campesinos fueron los partidarios de las aventuras, en especial en las montañas, donde todavía no había infraestructura hotelera, o era muy costosa. A estas personas podemos considerarlas los primeros agroturistas.

La primera organización turística en Polonia, que en ese entonces no se había constituido en Estado, se formó en 1873 con el nombre de Sociedad de los Tatra.<sup>1</sup> Le siguieron muchas organizaciones turísticas formadas a finales de siglo XIX y principios del XX, en especial en la parte de Polonia ocupada por Austria llamada Galicia. Cuando renació Polonia, en 1918, estas organizaciones lograron tener alcance nacional. Sin embargo, en la época de entreguerras, el turismo seguía siendo privativo de una minoría de la sociedad, la de mayores recursos.

Después de la segunda guerra mundial, durante el régimen del llamado socialismo real, cuando se buscaba crecimiento económico igualitario, el derecho al descanso llegó a ser una de los lemas del sistema. Para satisfacer las necesidades que surgieron, el gobierno formó en 1949 el Fondo de Vacaciones de Trabajadores, que administraba gran parte del sector turístico. Las vacaciones se organizaban en forma estandarizada: dos semanas de alojamiento con alimentación, principalmente para las familias, a precios accesibles para un polaco promedio de ese entonces. Como base para este servicio estaban los alojamientos nacionalizados, pero también los nuevos, construidos por el gobierno. Si bien se suponía que a esta organización, tenía acceso cualquier persona empleada en el sector público, las más grandes empresas (entonces estatales) disponía de centros vacacionales propios. Sin embargo, en las temporadas altas esta base estatal no era suficiente para cubrir la demanda y el gobierno permitió, aunque no de manera muy abierta, la formación de un pequeño sector privado, que alquilaba alojamiento en casas particulares, entre otros, en las áreas rurales. Asimismo, se permitió la existencia de actividades agroturísticas para propiciar el acercamiento entre la población urbana y la rural, pero también tomando en cuenta los fines económicos ya mencionados.

Después de la transición hacia la economía de mercado, el sector turístico estatal desapareció, la base material fue reprivatizada o privatizada. Esto llevó al aumento en los precios de los servicios turísticos, en relación con los sueldos promedio. La gente, ya muy acostumbrada a pasar vacaciones fuera de su hogar, tenía que buscar nuevas formas de turismo, sobre todo, menos costosas. Buena parte de estos turistas se dirigió al exterior, paradójicamente, en muchos casos, a lugares menos costosos y con el mismo nivel de servicios que se ofrecían en el país; aunque la mayoría continuó pasando las vacaciones ahí. El sector turístico creció de manera significativa, pero los precios eran inaccesibles para quienes percibían un ingreso promedio. Además, la gente de la ciudad siente cada vez más nostalgia por el campo y la naturaleza, lo que abrió un espacio para el desarrollo del agroturismo, entendido como ya se mencionó.

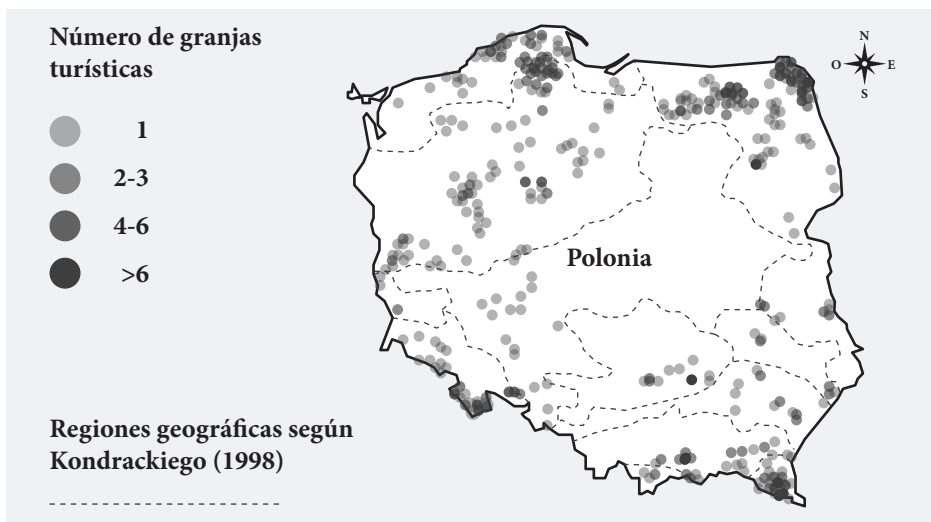
El rápido desarrollo del sector turístico de mercado llevó a la nueva organización del sector. En 1990 se formó la Cámara Polaca de Turismo, organización no

---

<sup>1</sup> La función de secretario de esta organización durante 35 años estuvo a cargo del bisabuelo de la autora de este artículo, Leopold Swierz.

gubernamental, autogestionaria, que une a los agentes que actúan en ese ámbito. En 2000 inició sus actividades la Organización Polaca de Turismo, entidad gubernamental responsable del desarrollo del sector turístico con interés especial en la sustentabilidad.

No todas las regiones de Polonia tienen la misma oportunidad de éxito en cuanto al desarrollo del agroturismo. El turismo vacacional se desarrolla principalmente en las montañas, ubicadas a lo largo de la frontera sureña de Polonia. Otro lugar muy prometedor en este campo es la zona de los lagos, que atraviesan el país de Oeste a Este en la parte norteña. Finalmente, la costa podría ser otra de las regiones agroturísticas, aunque aquí la propiedad de la tierra, por razones históricas, está en pocas manos, menos incluso que en las demás partes de Polonia, lo que significa una base poco adecuada para este tipo de actividades. Otra de las posibilidades para el agroturismo son las cercanías de pequeñas ciudades que, en muchos casos, cuentan con monumentos muy interesantes, o con centros vacacionales creados durante la última década como, por ejemplo, el parque de los dinosaurios llamado Baltow. Estos centros de agroturismo aprovechan los atractivos cercanos para atraer a los turistas, a los que ofrecen al mismo tiempo precios accesibles y ambiente rural. Este tipo de lugares tiene demanda sobre todo durante los fines de semana en que hay “puente”<sup>2</sup>



**Figura 1.4.** El agroturismo en Polonia.

Fuente: Wojciechowska, 2009.

<sup>2</sup> A principios de mayo es una época muy adecuada para el turismo, por el clima; siempre aparece el “puente”, dado que tanto el 1 de mayo, por la tradición obrera, como el 3, aniversario de la primera Constitución polaca de 1791, son días libres.



La figura anterior indica la densidad de las granjas agroturísticas en Polonia. Se puede observar la concentración de éstas en las regiones montañosas del país y en el sur, en la parte de los lagos.

Aprovechando el periodo de llegada de visitantes a las agrogranjas se abren establecimientos cerca de éstas, que ofrecen varios tipos de servicios turísticos, aunque ya no relacionados con las actividades agrícolas, por lo que no se les puede considerar agroturismo; se trata de empresas que rentan bicicletas, canoas, etcétera. La existencia de alojamientos económicamente accesibles de corte agroturístico facilita el desarrollo de actividades adicionales, en particular las relacionadas con la alimentación, el transporte y la diversión.

Una posibilidad es el “agrodeporte”, es decir, los deportes que exigen condiciones especiales, como la caza, la pesca y la equitación, pero también más modernos que exigen mucho espacio, como el golf o el *paintball*. El agroturismo facilita también el desarrollo de infraestructura de todo tipo para ampliar el número de usuarios.

## Condiciones legales del funcionamiento de agroturismo y turismo no masivo

En Polonia, el sector turístico está regulado por el Ministerio de Deporte y Turismo; en el ámbito regional, por el gobernador. Sin embargo, la situación del agroturismo es compleja.

En principio, los sujetos que prestan servicios agroturísticos son los dueños de granjas, campesinos, que en el sistema polaco cuentan con privilegios especiales. Para este tipo de unidades económicas, en el sistema económico polaco los derechos y obligaciones son diferentes que los de las empresas en otros sectores de la economía. Los privilegios de éstos consisten en las cargas tributarias y transferencias para el seguro social disminuidas. Sin embargo, en lo que respecta al área de agroturismo, el dueño de una granja puede perder estos privilegios si las actividades turísticas predominan sobre sus actividades agrícolas. Si el turismo es una actividad adicional que sirve sólo para complementar los ingresos agrícolas, las cargas tributarias son limitadas.

Aunque a causa de clima, los agricultores también pueden ofrecer espacio para las carpas en sus granjas sólo parte del año. Estos *camping* pueden ser reconocidos como parte del agroturismo.

Si se trata de otras formas de turismo no masivo, aquí la forma más popular de participación es alquilar las habitaciones en las casas (o departamentos) particulares. Si esta actividad es limitada (hasta cinco habitaciones), no la fuente principal de las entradas de las familias, puede ser realizada sin obligación de

pagos tributarios. En otros casos está regulada por las leyes generales de actividad económica.

A pesar de las obligaciones y los privilegios tributarios, los que prestan servicios de alojamiento y alimentación deben cumplir con las exigencias de las leyes sanitarias —tal vez las de mayores exigencias en lo que concierne a este tipo de actividades—, las de prevención y combate de incendios, de construcción, las medioambientales y de registros y control administrativo.

## Organizaciones autogestionarias de agroturismo

Dado el carácter disperso del agroturismo, son muy importantes estas organizaciones, cuyo objetivo, antes de todo, es dar información acerca de personas que dan servicio y promover este tipo de actividades. Las unidades agroturísticas constituyen organizaciones regionales que, a su vez, están asociadas en la Federación Polaca del Turismo Rural, fundada en 1996 y cuyo símbolo es una cigüeña —cuya existencia está muy ligada a las tradicionales granjas— (Figura 2). Esta federación es miembro de la Federación Europea de las Asociaciones de Turismo Rural (Eurogites). Desde su inicio, la Federación Polaca ha contado con el apoyo de parte de la Unión Europea (UE), incluso antes del ingreso de Polonia a ésta, en el programa PHARE y, desde 2004, en la política de la UE.



**Figura 5.** Logotipo de agroturismo polaco.

Fuente: [www.agroturytyka.pl](http://www.agroturytyka.pl)

El principal servicio que ofrece la Federación a las granjas agroturísticas, que además resulta clave, es la difusión de información en la internet sobre la posibilidad de reservación, de alojamiento y otros servicios.

Las granjas agroturísticas suelen integrarse en redes, cuyo objetivo es informar a los potenciales clientes acerca de los atractivos que pueden encontrar en otras unidades. La red puede ser organizada alrededor de una temática (por

ejemplo, “Ruta de los quesos” o “Ruta de la arquitectura de madera”) o sólo dar información sobre servicios. Algunas redes toman forma de franquicia, con lo que garantizan ciertos estándares de calidad en el servicio.

Dada la estructura del sector y su dispersión, las organizaciones autogestionarias son la condición *sine qua non* de la existencia del sector. Pocas unidades se pueden permitir los programas individuales de promoción e información. El turista que busca este tipo de servicio recurre a la internet para informarse, comparar precios y condiciones y hacer reservación. Las organizaciones autogestionarias, por lo general regionales, que prestan estos servicios, son las más adecuadas para organizar esta parte del servicio.

## Política estatal hacia el sector

El sector turístico en Polonia todavía no tiene la misma importancia económica que en el resto de los países, que es de 10% del producto mundial, en promedio.

Por lo general se reconoce que el sector turístico tiene un rasgo característico muy especial: mientras se desarrolla, destruye recursos de los que depende. Por ello, se necesita una política con respecto al sector, para limitar estas influencias negativas. Las expectativas especiales están relacionadas con el desarrollo del turismo no masivo, como el rural, en general, y el agroturismo, de manera especial.

Después del cambio de régimen socioeconómico, el primer documento estatal que definió la política hacia al sector turístico fue publicado en 2001.<sup>3</sup> En él se relaciona al turismo con la protección de la cultura local y la mayoría de los fondos fue dirigida a ese fin. Sin negar la necesidad y la importancia de actividades de este tipo, eso no propició el necesario desarrollo del turismo como tal. Sin embargo, desde 2004, Polonia forma parte de la Unión Europea y con esto algunos de los postulados de la mencionada estrategia tomaron cuerpo con su financiamiento. En total, durante los años 2004-2006, la UE dedicó casi 900 millones de zloty<sup>4</sup> —alrededor de 300 millones de dólares estadounidenses— al financiamiento del turismo y el agroturismo en Polonia. De estos fondos, 86% fue administrado por los órganos de autogestión local (municipios).

Durante el periodo 2007-2013 —que corresponde al presupuestario de la Unión Europea—, en Polonia se promovió la estrategia general del desarrollo del país<sup>5</sup> y en la base de ésta se formó la tocante al sector turístico.<sup>6</sup> En esta estrategia más bien se dio preferencia al turismo de masa en un intento por aumentar la competitividad

<sup>3</sup> “Strategia Rozwoju Turystyki na lata 2001-2006”, Warszawa 2005.

<sup>4</sup> Divisa polaca.

<sup>5</sup> “Strategia rozwoju kraju na lata 2007-2015”, Warszawa 2007.

<sup>6</sup> Ministerstwo Gospodarki i Pracy RP “Projekt Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007-2013”, Warszawa.

del sector, invirtiendo en infraestructura, más capital humano, *marketing* del sector turístico nacional y, finalmente, en los productos propios del ramo.

El financiamiento del programa provino tanto de fuentes nacionales, públicas y privadas, como de los fondos de la Unión Europea. Se contó también con el respaldo del Mecanismo Noruego del Financiamiento. Para los autores de la estrategia, las más importantes direcciones del desarrollo turístico fueron: *a)* turismo de negocios y congresos, *b)* turismo cultural, relacionado por lo general con las grandes ciudades, *c)* turismo relacionado con la religión —peregrinajes—y *d)* turismo médico y de rehabilitación. El turismo rural, especialmente el agroturismo, no fue privilegiado en este documento. Parece que este sector despertaba más interés en los dirigentes económicos, que en los que buscaban la ayuda para la resolución de los problemas del sector rural. Para los dirigentes de turismo, el rural fue un sector marginal.

Sin embargo, por el carácter sustentable del desarrollo, al que cada día se le da más importancia en las políticas europeas, el turismo rural y en particular el agroturismo, podría contar con varias posibilidades de financiamiento. Las actividades del programa fueron divididas en cinco ejes principales: desarrollo de productos turísticos, desarrollo de recursos humanos, desarrollo de *marketing*, formación del territorio y apoyo institucional.

En el sector agroturístico convergen intereses relacionados tanto con el sector turístico como con las áreas rurales. Los últimos cuentan con la atención particular de la Unión Europea. Recientemente, en 2013, se terminó la perspectiva presupuestaria de la Unión Europea para los años 2007-2013. En este presupuesto, las actividades agroturísticas contaron con apoyo financiero de los diferentes fondos de la comunidad para la innovación económica, de cohesión y de desarrollo regional.

Durante los últimos años, la política del gobierno polaco fue coordinada con los objetivos comunitarios. En ésta se da importancia especial al desarrollo sustentable del sector. Por lo general, los proyectos financiados por la Unión Europea requieren cofinanciamiento nacional de entre 5% y 30% de los costos. En la práctica esto limita, si no es que elimina, la posibilidad de respaldar proyectos que no sean aprobados por la Unión Europea, porque el apoyo interno apenas alcanza para cofinanciamiento.

Como ya se mencionó, en Polonia las cargas tributarias para el sector campesino se han disminuido y se le dan facilidades en los pagos para la seguridad social. El sector agroturístico goza de las mismas facilidades y la diferencia entre los establecimientos turísticos a pequeña escala ubicados en las áreas rurales y las unidades agroturísticas consiste en el acceso a tales facilidades. Sin embargo, ambos tipos de actividades se benefician de las ventajas que brinda el desarrollo de infraestructura, financiado tanto por las fuentes públicas nacionales como por los fondos comunitarios.

Los especialistas en ciencias medioambientales subrayan que mantener la

estructura tradicional de tenencia de la tierra ha sido controversial desde punto de vista del crecimiento económico; pues el agroturismo tiene influencia positiva en el medioambiente, a diferencia de lo que sucede con los cultivos en gran escala, pues ayuda a mantener la biodiversidad, por ejemplo, al proteger a los pájaros que conviven con la gente.

## Conclusión

El turismo rural con su forma específica, que es el agroturismo, tiene un papel importante en el periodo transitorio que vive Polonia. Por un lado, la población campesina aumenta sus ingresos y su nivel de vida gracias a éste y, por otro lado, facilita a la población urbana de recursos limitados la organización del descanso vacacional a la medida de sus recursos financieros. El agroturismo ayuda también en la conservación de la cultura local y del medioambiente. Sin embargo, necesita cierto apoyo institucional, sea de parte del Estado o de las organizaciones autogestionarias, para enfrentar las exigencias de infraestructura, promoción e información acerca de esta forma de actividad.

Una de las cuestiones cruciales es saber si esta forma de turismo es transitoria y desaparecerá junto con los cambios en el sector rural de la economía, por un lado, y con los cambios en las costumbres de los usuarios de agroturismo, por otro lado. Las experiencias de Europa occidental, donde el agroturismo existe desde hace algunas décadas y no desaparece, pueden significar que a esta forma de turismo, aunque no predomine, le queda mucho tiempo por delante.

## Bibliografía

- BUTOWSKI L. (2007). "Turystyka w Polsce", Lublin.
- KINIORSKA I., E. PAŁKA, J. WROŃSKA-KICZOR: "Wsparcie instytucjonalne działalności agroturystycznej" w: *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy* tom 29 Rzeszów 2012
- KOZAK M.W. (2009). "turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem", Warszawa.
- KUTKOWSKA B. (2003). "Podstawy rozwoju agroturystyki", Wrocław.
- KUŹNIAR W. (2012). "Wybrane aspekty partnerstwa turystycznego w regionie w kontekście podnoszenia atrakcyjności wiejskiego obszaru recepcji", w: *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, tom 29, Rzeszów.
- MINISTERSTWO GOSPODARKI I PRACY RP. (2005). "Projekt Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007-2013", Warszawa.
- RADA MINISTRÓW RP . (2007). "Strategia rozwoju kraju na lata 2007-2015", Warszawa.
- "Strategia Rozwoju Turystyki na lata 2001-2006, Warszawa" (2005).
- SZNAJDER M., L. PRZEZBÓRSKA (2006). "Agroturystyka Warszawa".
- WOJCIECHOWSKA J. (2009). "Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce", Łódź.

## Páginas web

[www.agroturystyka.pl](http://www.agroturystyka.pl)

[www.pot.pl](http://www.pot.pl)

[www.gus.gov.pl](http://www.gus.gov.pl)



# Estrategia de desarrollo rural y turismo sustentable en Costa Rica

GINO BIAMONTE CASTRO

---

*El uso sustentable significa el uso de componentes de la biodiversidad biológica en una forma y con una tasa que no llevan al deterioro a largo plazo, manteniendo así su potencial para satisfacer las necesidades y aspiraciones de generaciones presentes y futuras.*  
Convención Mundial sobre Diversidad Biológica (1992)

Aun con la falta de una buena planificación basada en el ordenamiento territorial, Costa Rica se ubica entre los principales destinos turísticos con fines de observación, estudios y disfrute de la naturaleza. Gracias a una historia de la conservación del patrimonio natural, que comienza temprano, ya para el año 1828 se creaba una normativa de las municipalidades de replantar árboles y proteger las nacientes de agua; para 1945 mediante la ley 197 se crea el Parque Nacional Los Robledales.

Quizás uno de los acontecimientos políticos más significativos relacionados con nuestros antecesores visionarios, es que en 1955 se fundó el Instituto Costarricense de Turismo (ITC). Esta entidad tiene el derecho de crear parques nacionales y promueve la protección de 2 km alrededor de los cráteres de los volcanes, lo que en algunos casos consigue. Estas condiciones sociopolíticas, en el marco de un territorio continental muy reducido (51 200 km<sup>2</sup>) y con geomorfología muy variada, genera una gama climática que ha permitido que haya gran biodiversidad.

Otras condiciones, como la inexistencia de ejército, una trayectoria de estabilidad política, desarrollo económico y una estructura social caracterizada por un amplio sector de clase media que aun lo distingue de la de los otros países de la región centroamericana, una tasa de desempleo que está entre las más bajas de América Latina y una tasa de pobreza por debajo del promedio regional, se suman y generan que posibles visitantes de diversas nacionalidades elijan a Costa Rica como destino turístico. Asimismo, la vocación conservacionista es otra condición favorable que ha permitido tener un reconocimiento en el ámbito mundial, que lamentablemente hoy riñe con el modelo de crecimiento neoliberal, reafirmando

lo que describe Koplan (1995): el ser humano proviene de la naturaleza, la conquista, domina y explota y se sirve de ella, incluso hasta eliminarla.

Una ventaja estratégica para disminuir el riesgo de perder o deteriorar el recurso del que se sirve el denominado ecoturismo (que cumple con la definición de la Convención Mundial sobre Diversidad Biológica, 1992, citada anteriormente) es el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (Sinac), que de acuerdo con diferentes categorías de manejo, protege una cuarta parte del país. El vínculo entre ecoturismo y la sustentabilidad del turismo tiene estrecha relación con el grado de protección de la naturaleza con que contamos en nuestro producto turístico.

Estas condiciones han sido divulgadas de manera fortuita por medios internacionales y aprovechadas estratégicamente como un argumento de promoción turística, que hoy tiene posicionada a Costa Rica como un referente del turismo sustentable. A partir de la década de 1980, el turismo se convirtió en la tercera fuente de divisas de Costa Rica. En 1986, por ejemplo, representó 16% de nuestra balanza comercial; en 1991, el país recibió casi 505 mil turistas y la tendencia de crecimiento era evidente; para 2006 nos visitaron 1.7 millones de turistas y ya para 2012 el ingreso fue de 2.3 millones, convirtiéndose en la primera fuente de divisas en el ámbito nacional. Ante este panorama, cabe resaltar que la población total de Costa Rica es de menos de 5 millones de habitantes, por lo que nos visita anualmente cerca de 50% de lo que representa nuestra población residente (Fuente: estadística ICT).

Es innegable que el turismo inició con el modelo tradicional, masivo y tratando de imitar el de otros destinos ya afamados —como Miami y México—. En el litoral norte del Pacífico (la provincia de Guanacaste), entre el año 2002 y el 2008, se dio un tipo de turismo tradicional de sol y playa que se concentró en la costa en un momento en el que esta provincia había visto estancada su producción primaria (agroindustria) y el crecimiento se generó de manera acelerada y con una infraestructura turística sin control, que afectó de manera negativa en los aspectos ambiental y social. El desplazamiento de la población local, el alza en el costo de la tierra y la vivienda y las restricciones para acceder a las playas han provocado que las zonas costeras sean vendidas sin medida a extranjeros que crearon una intensa producción terciaria de servicios que rompe el esquema social tradicional.

En el sexto informe acerca del estado de la Nación (1999: 317) se concluye sobre este tema, que “la imagen de una región con un gran potencial, pero con serias fracturas territoriales, económicas, sociales, culturales y hasta políticas, genera interrogantes de importancia para los actores regionales y también para el Estado”.

Una investigación reciente y exhaustiva realizada por Center for Responsible Travel (Crest, 2010) en el Pacífico de Costa Rica, arroja información muy importante y concluyente con respecto a los impactos del turismo en esta región. Se evidencia la falta de planificación y de controles estatales, aun existiendo marcos



legales atinentes, lo que implica ilegalidades en la gestión del desarrollo. Así, por ejemplo, el estudio expone evidencia:

...desarrollos turísticos y residenciales en diversos puntos de la costa del Pacífico, han repercutido negativamente en la integridad de los recursos naturales generando problemas que incluyen la disposición inadecuada de aguas negras y residuos sólidos, la contaminación de las aguas de ríos y quebradas, así como de playas y del océano, la remoción de bosques y manglares, la destrucción de humedales, suelo y nacientes y el deterioro de hábitat para la biodiversidad.

Éstas y otras consecuencias alteran también aspectos sociales, entre ellos, el acceso al recurso hídrico, que genera intensas luchas sociales en su defensa. Muchos de estos conflictos obedecen a la improvisación, al no considerar importante la fragilidad o la escasez de los recursos y cuando los desarrolladores realizan acciones ilegales durante la construcción o la operación, dan lugar a antagonismos y denuncias entre comunidades nativas y nuevos propietarios de las tierras —en su mayoría extranjeros—; por otra parte, las instancias estatales no instrumentan acciones preventivas y aunque la sociedad civil interponga denuncias, el daño ambiental ya se ha hecho.

Se evidencia dentro de este contexto que, debido a la falta de planificación y controles, no sólo los grandes proyectos turísticos pudieran ocasionar impactos ambientales negativos, sino también proyectos pequeños y medianos que gozan de las mismas libertades de acción en la construcción y la operación.

Esta realidad acosa a la ruralidad de Costa Rica y ha sido percibida con preocupación por los profesionales del Turismo que así lo señalan en el estudio de Crest (2010: 10-11) en el que incluyen las encuestas realizadas a expertos en 2004 y 2009. La revista *National Geographic Traveler* mencionó una caída de 64 a 62 puntos de un total de 100 en la clasificación como destino sostenible. Asimismo, dijo que los resultados de Costa Rica fueron inesperados y atribuíbles, en parte, a los *resorts* de gran escala del Pacífico. En el mismo trabajo se puede ver una investigación acerca de la prensa nacional e internacional, así como guías de campo y entrevistas con profesionales en turismo, con lo que se demuestra, además, que cuando la marca promovida por nuestro país ofrece un turismo “natural”, peligra a causa del modelo de la costa Pacífica, mientras que en otros medios se considera legítima la intención de desarrollar turismo sustentable.

... examinamos cómo el turismo en la costa Pacífica está impactando la marca turística de Costa Rica y su frase de promoción: “Sin Ingredientes Artificiales”. Nuestro análisis demuestra la resiliencia de la reputación general de Costa Rica por un turismo de alto valor basado en la naturaleza. En un sondeo de marcas de viaje verdes

de marzo de 2010, Costa Rica fue reportada como la única marca que parecía tener una clara identidad verde.

En el terreno social se ha formado un espejismo generado por el hecho de que los empleos creados durante el proceso de construcción y la operación de los servicios turísticos absorben gran cantidad de mano de obra y aumentan las posibilidades de que se amplíe el sector informal que, si bien ocupa un espacio no esencial, al centrarnos en los efectos de largo plazo que evidencien la disminución de la pobreza, éstos beneficios no son claros.

Se ha reunido mucha información sobre Guanacaste Norte y se ha realizado un análisis cualitativo de la situación que prueba que durante el auge (2002 y 2008), la demanda fue satisfecha por costarricenses y nicaragüenses. Así, los trabajos directos e indirectos relacionados con la actividad turística que son mejor pagados y requieren mayor escolaridad y un segundo idioma, por lo regular son realizados por pobladores del Valle Central (la Gran Área Metropolitana) y, en muchos casos, por empleados extranjeros de las mismas empresas turísticas.

Los indicadores usados para valorar la pobreza durante el *boom* turístico entre 2003 y 2007, constatan que la pobreza extrema disminuyó y posteriormente se incrementó durante los años 2008 y 2009 con la crisis económica mundial. Esta situación nos recuerda que el mercado turístico es muy sensible a sucesos externos y que la dependencia económica de actividades relacionadas con el turismo en poblaciones que han abandonado las actividades primarias de su desarrollo, se exponen a padecer quebrantos en su economía de subsistencia, la mayoría de las veces sin poder prevenirlo y mucho menos cambiarlo.

Otro efecto del desarrollo de megaproyectos que ha sido percibido en nuestro país, es que el acceso equitativo al agua potable se ve amenazado por el uso exagerado que hacen de ella estos proyectos. Por ejemplo, en Estados Unidos se utiliza tanta agua por día en el mantenimiento de una cancha de golf, como el consumo de un pueblo de 5 000 a 10 000 habitantes. Cuestiones como el desplazamiento de la población local, su aculturación, la explotación sexual, la limitación al acceso a las playas para los propios del lugar y la plusvalía de la tierra que desemboca en una acelerada venta de la zona costera, provocan una pérdida de nuestra soberanía territorial.

Una de las zonas rurales de mayor crecimiento en Guanacaste fue Playa Tamarindo en Santa Cruz, en donde los asentamientos humanos crecieron de menos de 1% en 1980, hasta 27,5% en 2005. El cambio radical del paisaje rural hasta llegar a ser uno de los principales destinos del turista estadounidense, transformó los caseríos de madera con hornos y amplios solares con gallinas y cerdos, en supermercados y discotecas, hoteles y restaurantes. De toda esta historia de cambio, lo que llama la atención es que los habitantes, sus costumbres y propiedades fueron desplazados sin el menor reparo.

En contraste con lo que sucede en esta zona, en la península de Osa en el Pacífico Sur se ha conformado de forma natural un modelo de desarrollo de pequeños albergues ecoturísticos que valoran enormemente los recursos de la naturaleza. Un dato importante es que casi 70% de este territorio está catalogado como Parque Nacional y en las principales ciudades o pueblos el incremento de infraestructura ha sido mínimo, pues pasó de 1.5% en 1980 a 5.5% en 2005 (Crest, 2010: 22).

Dada esta diversa y casi contradictoria oferta turística, nuestro principal mercado es el estadounidense, en el que Costa Rica tiene una ventaja geográfica por estar más cercano que Hawái —de uno de nuestros principales competidores como destino—, República Dominicana, Baja California y Yucatán en México, cuya principal oferta son sus bellas playas. Costa Rica ofrece un producto más diferenciado y diverso, que incluye biodiversidad, vida en armonía en bosques, volcanes y gran variedad de destinos de aventura en paisajes naturales muy heterogéneos, así como también playas en el marco del bosque natural muy diferentes a las tradicionales playas turísticas donde el hotel llega hasta la arena.

El turismo inmobiliario es el “segundo acto” en esta generación del turismo nacional; la apertura de establecimientos de bienes raíces a lo largo de las costas del Pacífico fue un aviso inequívoco de nuestra aceptación en el mercado y entre los inversionistas, que aprovechaban los precios bajos y la inexperiencia en negociación de los pobladores locales, máxime que ignoraban el potencial de sus bienes para el turismo que recién despertaba. Para inicios de este siglo, inversionistas con grandes capitales pusieron los ojos en nuestro país y adquirieron grandes extensiones de terreno; por lo regular construían una vivienda para sus vacaciones y se desprendían del resto de las propiedades, convirtiéndose esto en una práctica muy común en el Pacífico de Costa Rica.

Esta corriente se desarrolló sobre todo entre 2003 y 2007 en el litoral Pacífico de Costa Rica, un territorio costero de 1 254 km de extensión, en el que habitan cerca de 370 000 personas de manera permanente (INEC: 2007):

Para el conjunto del país, el número total de nuevos m<sup>2</sup> construidos por año pasa de cifras cercanas a 2.3 millones en el 2003, a 3.8 en el 2007. En el caso de Guanacaste y Puntarenas el crecimiento es muy acelerado, representando el 50.62% del crecimiento en el área total de nuevas edificaciones en el 2006-2007 (Román, 2009).

Esta clase de crecimiento no ayuda al desarrollo propio del turismo nacional, pues, como dice Mazón (2006), la mayoría de la viviendas permanece vacía la mayor parte del año, lo que no propicia encadenamientos en las comunidades y aportan poco o nada a las economías locales. Este tipo de segunda vivienda, que puede rentarse en condominios, semana compartida o en temporadas altas, compete directamente con los hoteles formales que pagan impuestos y están regulados por la normativa nacional. Esta situación genera una de las mayores

preocupaciones para seguir apoyando la “marca país”, dado que la sustentabilidad debe ser su eje principal.

De forma muy diferente se desarrolló el Caribe Sur de Costa Rica, cuya costa está —casi toda— en manos extranjeras (principalmente europeas) que han optado por vivir de forma permanente en nuestro país y muestran mucho más respeto por lo local y, en muchos casos, asumen un papel dentro de las comunidades nativas donde viven. Esto se evidencia más cuando incluso adoptan la forma de vivir y vestir de la cultura imperante, la afrocaribeña.

Los turistas que llegan al Caribe Sur en busca de un ambiente muy natural prefieren albergues pequeños, propiedad de personas locales, a los grandes hoteles o *resorts* propiedad de corporaciones multinacionales. La comida caribeña, la gran cantidad de etnias locales (afrodescendientes e indígenas) y más de 30 nacionalidades diferentes que viven en esta costa, conforman una amalgama de rasgos que se ven reflejados en la gran diversidad de restaurantes, pequeños cafés y panaderías francesas e irlandesas, *trattorias* y *gelaterias* italianas, entre otros. Todo lo anterior le da forma a un ambiente cosmopolita sustentado en poblaciones nativas que aportan un producto turístico basado en la pesca, comida caribeña, música calipso, turismo indígena y una exuberante naturaleza protegida por tres áreas silvestres que tratan de resguardar territorios indígenas, el bosque tropical siempre verde y el mar Caribe con sus hermosos arrecifes coralinos.

En la zona rural del país han surgido desarrollos turísticos en áreas agrícolas y ganaderas en donde, por ejemplo, la actividad eruptiva del Volcán Arenal en el Parque Nacional del mismo nombre y asociado con la Laguna de Arenal, ha generado un excelente producto turístico, cuya población anfitriona es La Fortuna de San Carlos. A partir de 1990, y en el término de diez años, este poblado cambió parcialmente sus prácticas productivas en las que el turismo tomó un lugar preponderante y, a diferencia de lo que sucede en el Pacífico Norte, gran parte de la planta turística instalada está en manos de costarricenses. Tal y como lo cita Acuña (2010):

el caso de La Fortuna en la Zona Norte de Costa Rica, es una experiencia interesante por cuanto se acerca a un modelo turístico inclusivo, donde la población local mediante micro y medianas empresas participan directamente de este negocio. Familias que tiene un origen campesino, de producción agrícola y que paulatinamente han venido evolucionando hacia la venta de bienes y servicios turísticos.

La misma experiencia ha tenido la zona de Monteverde en Puntarenas, donde la actividad lechera desarrollada por una colonia de 12 familias cuáqueras que llegaron a nuestro país en 1951 se constituyó en un área de 3 000 acres, de las que la tercera parte quedó en reserva de un bosque nuboso, en el único sitio en el mundo donde vivía una especie de anfibio. Dada la fama que ya tenían estas áreas protegidas en nuestro país, en 1989 la revista *National Geographic* puso en el mapa turístico esta

región gracias a un documental. Asimismo, esta zona conserva gran parte de la biodiversidad propia de este ecosistema. En la actualidad, 90% del capital invertido en turismo es nacional y la actividad relacionada con los productos lácteos cuenta con 245 productores y 60 empleados que procesan diario cerca de 36 000 litros de leche provenientes de las fincas vecinas.

Cada año, alrededor de 250 mil turistas visitan esta zona del país para disfrutar de la biodiversidad del último bosque nuboso del Pacífico centroamericano. Según Acuña (2010), este escenario podría romper el paradigma de la ruralidad, en cuanto se le considera exclusivamente para producción agraria; lo que significa, tal como lo indica Freiría (2003:3), la transformación productiva e institucional del espacio rural. Este autor define, desde la perspectiva de la transformación productiva, cómo se logra “el propósito de articular competitiva y sustentablemente la economía de un territorio a mercados dinámicos externos a él”.

## **Contradicciones del modelo nacional**

De los 81 municipios, sólo 18 tienen planes reguladores cantonales y ello genera gran incertidumbre en la planificación del espacio. Cada habitante de Costa Rica consume 1 490 metros cúbicos de agua al año, 8% más que el promedio mundial. El área dedicada a la agricultura de monocultivos ha aumentado en dos años en 3.2% mientras que la de agricultura orgánica ha disminuido de 11.115 a 9.570 hectáreas.

Gran parte de las áreas silvestres protegidas (ASP) está en las zonas rurales limitadas por la frontera agrícola antes ocupada por campesinos dueños de pequeñas fincas y que paulatinamente se han convertido en grandes territorios de compañías transnacionales (en su mayoría). La agricultura ahí está basada en monocultivos extensivos que degradan suelos, acaban con la poca conectividad entre áreas protegidas y contaminan aguas, ello, aunado al desempleo, son algunos de los serios problemas que nos afectan negativamente (18° Estado de la Nación, 2012).

## **¿Cómo se debe entender el turismo comunitario?**

El Turismo Rural Comunitario (TRC) promueve la sostenibilidad a través de la puesta en valor de la protección de los recursos naturales y culturales. A nivel Territorial, el turismo rural comunitario posee la potencialidad de vincular esfuerzos conjuntos con diferentes actores locales, tales como los gobiernos locales, organizaciones civiles, instituciones públicas y privadas, para promover el desarrollo local sostenible (Canturural, 2012).

El espacio rural recibe a muchos visitantes en esta realidad casi disonante entre la producción en busca del desarrollo y la conservación de la naturaleza. Quizá los antagonismos existentes son propios de un proceso de revaloración de la biodiversidad, del paisaje rural y de la propia cultura campesina. Tal es el caso cuando un poblador del área rural puede sacar mayor provecho económico (y con menos riesgo) al mostrar al visitante especies silvestres de fauna en su ambiente natural que extrayéndolas y vendiéndolas. Así, el debate entre extremos aparentemente irreconciliables ha encontrado, a partir de la práctica, algunas posibilidades de fusión. Tal como lo expresa Sutcliffe (1995), se activan los que se preocupan por el bienestar y lo asocian con los bienes y servicios irrestrictos como el principal elemento de desarrollo humano; mientras que quienes están inquietos por la cuestión medioambiental encuentran argumentos convincentes de que la conservación es un buen negocio y promueven de manera estratégica la práctica del desarrollo sustentable.

En este momento de la historia se debe valorar la conservación del Patrimonio Natural como el *Capital Natural* necesario para un desarrollo equitativo, o, si se quiere, para recobrar lo que Marx denominaba la “Naturaleza Primera” —el medio natural que no ha sido puesto en producción y conserva sus cualidades “prístinas”—, o lo que Teilhard de Chardin denomina “ecosistema salvaje” (Santos, 1990). Pero siempre sin caer en la preservación de la naturaleza como un fin, simplemente reconociendo el valor vital que nunca ha perdido y que hemos menospreciado y casi olvidado por unos dólares más.

Conforme esta lógica del *capital natural*, el reducido tamaño de Costa Rica en su porción continental y su alta heterogeneidad ecológica son factores que hacen que cualquier actividad productiva comprometa la conservación ambiental en alguna medida no despreciable. Dado que nuestro principal recurso turístico es su capital natural, a diferencia de lo que sucede en grandes países con mucha diversidad como México, no podemos darnos el lujo de invertirlo mal, porque las implicaciones superarían fácilmente el punto de reposición de la biodiversidad y los ecosistemas que las soportan.

Así visto, conservar la naturaleza es una propuesta económicamente rentable, políticamente correcta y socialmente esperable si basamos nuestro desarrollo en el Turismo Sustentable. Tal y como lo menciona Phillips (2003), este desafío consiste en modificar algunos de los supuestos organizativos y técnicos del viejo paradigma de las áreas protegidas para construir uno nuevo. En cuanto a los objetivos, esto supone que las áreas protegidas, además de estar destinadas a la conservación de la naturaleza, la protección de la vida silvestre y bellezas naturales, deben manejarse con objetivos sociales, económicos y culturales. Es ahí donde las poblaciones vecinas de estas ASP adquieren un potencial de anfitrionas, llamadas a desarrollar servicios turísticos (básicamente como pymes) en los encadenamientos propios del TRC, para los que se han definido seis características esenciales (Arrieta, 2012):

1. Integrar las riquezas naturales y la vida cotidiana de la comunidad rural.
2. Promover las prácticas productivas sostenibles dentro de la oferta turística.
3. La experiencia turística se debe adaptar a la dinámica rural y preservar la peculiaridad y la rusticidad, el ambiente acogedor y confortable que caracterizan la ruralidad del país.
4. Debe sustentar y gestionar la participación local y fortalecer la organización local en la que concurren varias familias o toda la comunidad.
5. Integrar a la población local en esta actividad empresarial distribuye equitativamente los beneficios y complementa los ingresos de las familias rurales.
6. Promover la tenencia de la tierra por parte de los pobladores locales.

## Gestión del turismo comunitario rural

Luego del despiadado proceso de globalización donde los productos de nuestros campesinos pierden espacio en los mercados y las grandes multinacionales toman la producción, se debilita la fortaleza del área rural en la producción, a la vez que se deterioran el tejido social y la dinámica que caracterizan la vida en el campo. El campesino adquiere un valor insospechado al convertirse en miembro de “un grupo en vías de extinción”, condición que no sólo es una alerta para el mundo, sino que de alguna manera fortalece en un mundo mercantilista la tipología turística del turismo rural como un producto interesante.

En el mercado, como menciona Salazar (2006), le atribuyen a la autenticidad un lugar fundamental para desarrollar formas alternativas de turismo que buscan permear las partes menos visitadas e inusuales de los países en desarrollo. También May (1996) y otros autores coinciden en que, en contraste con el turismo de masas que ha atraído críticas por degradar el medio ambiente y especialmente cuando se trata de países en desarrollo (que casualmente se encuentra en el cinturón tropical del planeta), el turismo sustentable ha sido visto como una opción interesante y alternativa que permite a los anfitriones e invitados gozar de una interacción positiva, formadora y solidaria.

En Costa Rica, el TRC se formaliza a partir del año 2002, aunque a finales de la década de los años noventa se veía el interés de diferentes ONG conservacionistas de instar a los campesinos dueños de bosque nativo a aventurarse en el turismo como un medio alterno para generar ingresos, siguiendo las familias sus prácticas agrícolas tradicionales. Si llegara el turismo a satisfacer las necesidades básicas, se tendría un ambiente más adecuado para pedir que no se deforesten esos reductos boscosos en manos campesinas, que garantizarían otra serie de servicios ecosistémicos, se evitaría la fragmentación del bosque, se aseguraría la conservación del potencial hídrico, de la madera para uso doméstico, del paisaje

y, finalmente, se evidenciaría la conveniencia de sostener la biodiversidad que hoy en día atrae a los visitantes.

En un estudio sobre la importancia económica de los vertebrados en México (Pérez-Gil *et al.*, 1994) se da valor tanto al uso consuntivo, que implica la extracción de la biodiversidad, como al uso no consuntivo, que incluye desde el conocimiento popular de la naturaleza, hasta el paisaje y la práctica de la fotografía o la contemplación de los atributos de este frágil recurso. En dicho estudio queda manifiesta la gran cantidad de servicios y productos tangibles e intangibles reconocidos por los pobladores, científicos y visitantes en la biodiversidad.

En Costa Rica hay al menos cuatro redes de comercialización de proyectos de TRC, ya que se ha demostrado que es una actividad que tiene efectos muy positivos en los ámbitos económico, social y ambiental, entre los que se pueden destacar que:

1. Favorece el desarrollo local y el fortalecimiento comunal.
2. Complementa y diversifica los ingresos de las familias campesinas, pescadoras e indígenas.
3. Desarrolla capacidad empresarial local.
4. Contribuye a frenar la migración rural y la venta de tierras.
5. Ayuda a valorar y preservar la cultura local.
6. Contribuye a la activa participación de las mujeres.
7. Promueve la conservación de la naturaleza y el desarrollo de reservas comunales.
8. Permite a la familia campesina aprovechar los recursos naturales de manera sostenible.

Asimismo, se reconocen los riesgos que implica que las comunidades rurales sean permeadas por el ingreso de visitantes y muchos de estos peligros ya han sido considerados como parte de las lecciones aprendidas en las instrumentaciones tempranas del turismo rural; pero el mismo mercado demandante es uno de los principales depuradores del producto, al estar constituido por asiduos y exigentes consumidores que buscan productos turísticos no alterados, que, en el caso de TRC, implica una evaluación continua de la oferta por requerimiento de la misma demanda.

Lo que es innegable es que el turismo expone a las comunidades anfitrionas a un proceso de transacción que incorpora las fuerzas exógenas y, como respuesta, la comunidad se adapta a lo que el visitante considera genuino, con lo que se crea una dinámica que finalmente forja una redefinición de sus propias identidades. Un ejemplo de esto son los proyectos de Turismo Indígena en Boruca, Costa Rica, en donde la población ofrece sus mágicos rituales tradicionales, modela y modula tanto las artesanías como su cultura culinaria. Es decir, ofrece un producto muy bien aceptado, donde privan el ingenio y el rescate de rasgos culturales que, de otra forma, habrían sido diluidos por la “modernidad”. Aun así, estos procesos



han contaminado los rasgos propios de sus artesanías, entre ellos, coloraciones, temáticas y materiales no tradicionales, aunque sustentados en su cosmovisión, lo que ayuda a la comercialización de los productos.

## Preferencias. Modalidad de viaje del turista que visita Costa Rica

Principal motivación de viaje: 75.7% vacaciones, ocio, recreo o placer.

Tabla 3.1. Organización de su viaje	
Motivo	Porcentaje
Desde su país	37.9
Organizó su viaje en Costa Rica	35.7
Viaja en pareja	29.2
Viaja solo	22.8
Viaja en familia	22.6
Estadía media (noches)	13.8
Hospedaje	82.9
Preferencia de actividades practicadas	Porcentaje
Descanso	75.6
Sol y playa	72.3
Caminatas por senderos	63.0
Observación de flora y fauna	62.2
Compras	58.7

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo.

Es claro que las preferencias y motivaciones del turista que llega a nuestro país son las más comunes en el ámbito global; la diferencia radica en la oportunidad de ofrecer gran variedad en un espacio muy pequeño y poder presentarlo de la manera más natural posible. Este valor adicional hace factible, preciado y diferente nuestro producto turístico.

## Las áreas silvestres protegidas

Costa Rica ha sido reconocida internacionalmente por su aplicación de medidas y políticas ambientales innovadoras, sobre todo en lo que se refiere a la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad. En el ámbito mundial llaman la atención los esfuerzos realizados por el país para tener 26% de su territorio en alguna categoría de áreas silvestres protegidas (ASP).

Lo anterior se refleja en el hecho de que cerca de 55.8% de todos los turistas internacionales que llega a Costa Rica, manifiesta que ha visitado las ASP y la estadística muestra también que aquellos que realizan un viaje internacional más lejano son más propensos a visitar estas áreas. De acuerdo con el artículo 22 de la Ley de biodiversidad 7788, publicada en el *Diario Oficial La Gaceta* 101, del 27 de mayo de 1998, el Sinac es una institución desconcentrada y participativa, con personería jurídica instrumental que integra las competencias en materia forestal, vida silvestre y áreas silvestres protegidas, protección y conservación del uso de cuencas hidrográficas y sistemas hídricos, como una dependencia del Ministerio del Ambiente, Energía y Mares (Minaem), con el fin de dictar políticas, planificar y ejecutar procesos dirigidos a lograr la sostenibilidad en el manejo de los recursos naturales de Costa Rica.

Actualmente, el Sinac administra 170 ASP distribuidas en nueve categorías de manejo, que ocupan 3% de la superficie total nacional (terrestre y marina), con el fin primordial de proteger la biodiversidad que albergan. Como ya se mencionó, el turismo dirigido hacia las ASP se destaca como el principal motivo de visita al país. Por ello, uno de los principales desafíos que enfrenta el Sinac es consolidar el turismo sostenible en las ASP con un mínimo de impacto en los ecosistemas y recursos de la biodiversidad que ahí se protegen.

Para consolidar el turismo sostenible en las ASP en combinación con la protección de la biodiversidad, el país debe enfrentar varios retos: primero, de las 39 ASP que se considera tienen potencial turístico, sólo seis (Poás, Manuel Antonio, Irazú, Cahuita, Santa Rosa y Tortuguero) reciben la mayoría de las visitas (86%), a pesar de que existen muchas áreas con atracciones naturales aún por descubrirse para los turistas. Por eso, es necesario encontrar un mejor balance en la distribución de las visitas en las áreas, mediante la mejora de la infraestructura de acceso y la provisión de nuevas instalaciones, infraestructura y servicios en las áreas, sin descuidar la calidad de éstos en las que ya tienen demanda turística.

Para responder a todos estos retos, el Gobierno ha solicitado el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para establecer un proyecto denominado Programa de Turismo en las áreas silvestres protegidas.

## Programa de turismo en las áreas silvestres protegidas

La estrategia del programa para fortalecer el desarrollo sostenible del turismo en las ASP consiste en lograr:

- Un mejor producto por medio de mejor infraestructura, información y atención a los visitantes.
- Precio adecuado y diferenciado para incentivar la mejor distribución de los turistas en un mayor número de ASP y mejorar la sostenibilidad financiera del Sinac.
- Promoción y mercadeo enfocados a los distintos segmentos de turistas que podrían visitar las áreas protegidas para elevar el número total de visitantes a las ASP, mejorar la distribución de ellos entre las áreas y mejorar la sostenibilidad financiera del Sinac.
- Desarrollo micro-regional en interacción con las municipalidades, comunidades y el sector privado alrededor de las ASP.
- Coordinación interinstitucional, con una definición clara de los roles de Sinac e ICT, donde el papel más importante de aquel sería en el desarrollo del producto y de ICT la promoción y mercadeo.
- Fortalecimiento de las concesiones de servicios no esenciales para mejorar los servicios prestados en las ASP estatales, por medio del desarrollo y la instrumentación de contratos de concesiones para estacionamientos, administración de la visita, administración y mantenimiento de senderos, entre otros.

El objetivo general del Programa propuesto es consolidar el turismo en las ASP estatales de Costa Rica, como una herramienta para fortalecer su gestión sostenible y contribuir directamente al desarrollo socioeconómico local y a la conservación de los recursos naturales.

El Programa está organizado en tres componentes:

1. Inversiones para el desarrollo turístico sostenible.
2. Fortalecimiento de la planificación y gestión sostenible del turismo.
3. Fortalecimiento institucional del Sinac: sistemas de gestión, administrativos y financieros.

## Legislación y herramientas oficiales para la formalización y el reconocimiento del turismo rural comunitario

El 24 de enero de 2007 entró en vigencia el decreto ejecutivo 33536, que en su artículo 1 señala que

Se declara de interés público el turismo rural comunitario y se autoriza a las Instituciones del Estado para colaborar en el desarrollo de esta actividad, integrando en sus planes operativos la misma y destinando los recursos necesarios de acuerdo con sus posibilidades presupuestarias y normativa legal correspondiente.

En el año 2009, dada la presión de la sociedad civil y decenas de proyectos funcionando reunidos en varias redes como Actuar, Cooprena, Cantorural y Acepesa, se logra la promulgación de la Ley 8724 de Fomento del Turismo Rural Comunitario, que dicta:

### Artículo 1. Objeto de la Ley

La presente Ley tiene como objeto fomentar la actividad turística de tipo rural comunitario, cuyas siglas serán TRC, por medio del impulso a empresas de base familiar y comunitaria, conformadas según la Ley de asociaciones, N° 218, y la Ley de asociaciones cooperativas y creación del Instituto Nacional de Fomento Cooperativo, N° 4179, y sus reformas, con el fin de que las personas habitantes de las comunidades rurales procuren la gestión de su propio desarrollo, incluido el manejo de destinos turísticos locales; además, que participen en la planificación y el aprovechamiento de los recursos naturales de su entorno de manera sostenible, a fin de que les permita una mejor condición de vida.

El 10 de octubre de 2008 se crea por decreto 34717-MEID-TUR, la figura Posada de Turismo Rural, publicado en *La Gaceta* 175. El 12 enero 2012 se crea por decreto DM 3235-2011 CST, la figura de Parque Temático Sostenible, publicado en *La Gaceta* 9.

Se generan cambios en las instituciones estatales que tienen incidencia en el tema agrario; así, el Instituto de Desarrollo Agrario (IDA) que, junto con su antecesor, Instituto de Tierras y Colonización (ITCO), han tenido una historia de asignación de terrenos, mayormente de vocación forestal, a familias de agricultores, pasa a ser el Instituto Nacional de Desarrollo Rural (INDER) buscando alternativas de uso a esos terrenos.

En estos momentos, el INDER trabaja en la cuestión de Turismo Rural, entre otras, y mediante un convenio con el Instituto Costarricense de Turismo (ICT)

firmado en 2010, abre la oportunidad en aquellos asentamientos que cuentan con características escénicas adecuadas para desarrollar este concepto.

## Conclusiones

Ante esta variedad de productos turísticos hay dos escenarios posibles que ofrecer: el decadente turismo de masas instaurado con el buen trabajo del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) en la promoción del país, o el escenario que seguimos construyendo estando en “tránsito” hacia un turismo sustentable, esta vez basados en las lecciones aprendidas y revalorando nuestro Patrimonio Natural. Así, por ejemplo, con los espacios generados luego de la salida de la compañía bananera y los fallidos intentos de la ganadería, hasta el reciente *boom* y decline en la inversión en turismo tradicional y residencial de bienes raíces que han sido determinados por fuerzas económicas externas a Costa Rica.

Hoy nuestra humilde historia forjada como pequeño país agricultor que contaba mayormente con suelos de vocación forestal, permitió, muy temprano, ser destino de gran cantidad de extranjeros, muchos de los cuales (varios científicos europeos del siglo XXII) aportaron grandes conocimientos acerca de nuestro patrimonio y un nutrido marco legal que trata de normar el desarrollo que hoy pretende Costa Rica. Pareciera que con la visión de la estrategia del desarrollo rural y el turismo como una forma más de gestión territorial, se quiere cerrar un ciclo en donde la agroindustria, en general, cede a los tratados de libre comercio y sacrifica así la seguridad alimentaria, que sigue siendo un fantasma en una sociedad cada vez más separada por la brecha económica. El turismo y la intensidad propia de la actividad surgen de manera natural y gracias a razones mediáticas y, dado nuestro potencial, nuestro interés por la conservación y las condiciones geográficas especiales, somos hoy referentes importantes del Turismo Sustentable.

Actualmente las ASP se ven amenazadas por la búsqueda de energía y agua que el neoliberalismo hace, así como de cualquier recurso que gracias a la protección haya quedado dentro de los límites de los parques nacionales. Pero reconocemos hoy, más que antes que, la ruralidad, y la naturaleza encontrada en ella son temporal y espacialmente inseparables.

Extrañamente, la trayectoria de conservación de nuestro país apoyada en una población altamente instruida en esos temas, logra (cerrando el ciclo) hacer que se valore de nuevo nuestro patrimonio natural en un momento en donde el mercado turístico mundial (dada la debacle ambiental global), le presta atención a lo natural, heterogéneo y atractivo por atributos propios y reconoce el esfuerzo ampliamente publicitado de ser un país ambientalista. Ahora tiene sentido que tengamos protegido de alguna forma 26% de nuestro territorio, para conseguir el

anhelado desarrollo, convirtiéndose en un enorme capital estratégico (lo que nos calificaría, de acuerdo con el capitalismo, en acumuladores de capital) que hasta los más asiduos militantes neoliberales tienen que reconocer como trascendental por su innegable valor en el mercado internacional.

Estamos muy lejos de haber resuelto los problemas propios de un país en vías de desarrollo, máxime si adoptamos modelos que han comprobado no ser los que logran lo que hoy se denomina “el buen vivir”.

## Bibliografía

- ACUÑA K. ET AL. (2010). *La Fortuna: Propuesta de un modelo de Turismo Incluyente*. CUDECA-UNED.
- ACUÑA, M. ET AL. 2000. *El Cluster Ecoturístico de Monteverde/Costa Rica*. una. Heredia. Costa Rica.
- ARRIETA, D. (2012). Seminario: “Turismo Rural: una estrategia de desarrollo para Latinoamérica”. UNA, Pérez Zeledón, San José. Presentación.
- BLÀZQUEZ, MACIÀ Y ERNEST CAÑADA (EDS.) (2011). *Turismo Placebo: nueva colonización turística: Del Mediterráneo a Mesoamérica y El Caribe. Lógicas espaciales del capital turístico*, 1ª ed., Managua: EDISA, 410p.
- CÁMARA NACIONAL DE TURISMO RURAL. Consultado en: [www.canturural.org/jos/index.php](http://www.canturural.org/jos/index.php)
- ESTADO DE LA NACIÓN (2012). “Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (Costa Rica) decimoctavo informe. San José, Costa Rica”. *El Programa 2012*. Pp. 65-68.
- FREIRÍA, GONZALO (2003). “El Turismo Rural como promotor de empleo y las microeconomías en el desarrollo territorial rural”. Seminario sobre turismo Rural. Paraguay.
- INFORME DEL ESTADO DE LA NACIÓN,6 (1999). San José, Costa Rica: Editorama.
- INEC. *Censo Nacional Costa Rica, 2007*.
- KAPLAN, MARCOS (1995). “Aspectos sociopolíticos del medio ambiente” en *Pemex: ambiente y energía. Los retos del futuro*. México, UNAM/PEMEX.
- MAY, JOHN (1996). “In search of authenticity off and on the beaten track. Environment and planning”. *Society and Space*. 14(6):709.736.
- MAZÓN, T. (2006). “La Quimera del Turismo Residencial”. Presentación en Power Point. Curso en la Universidad de Alicante.
- PHILLIPS, A. (2003). “Un paradigma moderno”. *Conservación mundial*, 2, pp. 6-7.
- ROMÁN, M. (2009). *Costa Rica: Dinámica del mercado inmobiliario en la costa pacífica*. Crest, Washington d.c. y Universidad de Stanford.
- SALAZAR, NOEL B. (2006). “Antropología del Turismo en países en desarrollo: Análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo”. *Revista 5*.

*Tabula Rasa*, pp.99-128. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. ISSN: 1794-2489. Colombia.

SANTOS, MILTON. 1990. *Por una nueva geografía*. Madrid: Espasa Calpe.

SUTCLIFFE, B. 1995. "Desarrollo frente a Ecología", en *Ecología Política*, Cuadernos de Debate Internacional 9, CIP/ICARA, Barcelona.



# Sustainability of agritourism in rural areas of Poland

EWA SZULC DABROWIECKA

---

There is an urgent need to introduce and enlarge the economic activities spectrum in rural areas in Poland. While the average farmers' household income is lower than those in urban areas, rural households possess unused resources like big spacious houses, a great human potential not fully developed, and quite often-cheap ecological food. That means tremendous opportunities to local communities for extra income, from trade accommodation, catering, and local products to tourists (Sznajder, Przezbórska, 2006, Kutkowska 2003).

Agritourism is a form of village tourism where visitors stay overnight in a farm in order to appreciate the beauty of a natural environment; from undertaking different forms of recreation, to having the opportunity to experience agricultural life on working farms alongside real farmers. It offers to farmers family the opportunity to an additional income, and a better use of farm resources (Turystyka wiejska, 2012). Agritourism is from then on the alternative tourism.

Thus, agritourism can fulfill the aims of the sustainable development. In its definition of sustainable tourism the World Tourism Organization (2004), describes those activities that guarantee the preservation of natural ecological processes in their use of natural resources, preserve traditional cultures, and equitably redistribute the wealth generated by tourism development among all stakeholders, especially in local communities. Sustainable tourism enterprises are defined as those that carries out strategies for economic benefit, in which environmental and social challenges are seen as business opportunities, and which minimize negative environmental and social impacts (Gryszel *et al.*, 2008).

Some authors have pointed out that the concept of sustainable development contains internal contradictions that stem from attempts to reconcile a variety of target. The most prevalent contradictions result from the activity of market mechanisms, which frequently are unfavorable to environmental and social goals, especially onto the short term (Butler, 2005; Telfer and Sharpley 2008, pp. 174-204; Dziedzic, 2008).



Many authors analyzing agritourism in Poland were concentrated on its description. Some mentioned agritourism role in conservation and management of natural environment, additional income generation by local communities, perpetuation of local culture and tradition (Smoleński, 2008; Zaremba, 2006; Kutkowska, 2003). In this paper scattered published sources were brought together to assess the sustainability of agritourism in Poland.

This study includes description and changes of agritourism development in Poland, the assessment of the sustainability of agritourism farms, and finally, some possible reasons for stagnation in this sector.

## Methodology

Data acquire. Information required for this study was accomplish through secondary sources. This included articles presenting the results of case studies based on surveys, statistical data gathered by the Institute of Tourism, Central Statistical Office, and textbooks. The author of this paper also has been visiting agritourism farms in the course of more than ten-years period.

Methodology. The information acquired enabled us to assess the engaged agritourism impact on local communities upon the environmental, socio-cultural and economic dimensions.

Economic sustainability indicators are defined as the amount of household income from agritourism activities, the stability of such income, employment generated, and the use of household resources. Social agritourism sustainability means fair benefits distribution among farmers, salvation on local culture and norms, community structure maintenance. Thus local ownership and engagement in agritourism, are as well indicators of social sustainability.

Environmental sustainability concerns natural resources, and waste management. Tourist trails and waste collection and disposal are indicators of such approach.

## Agritourism farms in Poland

There are over 2 million farms in Poland, and about 8 000 of them provide lodging to tourists, wick means 0.52% of total. The agritourism is mainly a small scale operation facilities having ten beds (Table 1). Up to 70% of agritourism households opens all year (Turystyka wiejska, 2012).

**Table 1. Agritourism farms in Poland (1993-2011)**

Years	Agritourism farms	Beds in thousands
1993	1 000	n. d.
2000	5 790	51.6
2005	6 550	64.1
2006	7 450	73.2
2007	8 850	87.1
2011	7 852	82.7

Source: Institute of Tourism, based on data from General Statistical Office (GUS).

In Western Europe, agritourism is more popular. In Germany 20 000 agritourism households provide board to tourists, in Austria and France 10% of farms offer agritourism services tourists (Kutkowska 2003).

Polish agritourism farms are located mainly outside the main mass tourist resorts and domains, most of them in relevant natural and culturally areas (Małopolska, Podkarpacie, lake districts) close to big cities (Turystyka wiejska, 2012). In coast resorts agritourism farms are not popular. Most are widely dispersed: on 55% of counties there is only one agritourism farm. (Turystyka wiejska, 2012). The multiplier effect differs. In most villages it is marginal. In villages where most agritourism farms are located, it can create economic development (Turystyka wiejska, 2012).

## Agritourism household

Farmers certificate. Several local institutions such as Centre for Rural Consulting, Polish Federation for Rural Tourism Hospitality Farms, and Rural Development Foundation are carrying out training programs and workshops for farmers who wish a turn to tourism. The engage was high. Almost all farmers who were involved in agritourism attended workshops, (Kutkowska, 2003; Bott-Alama, 2004). The basic training includes: legal regulations for agritourism activities, the proper standard for accommodation and catering facilities to guests, proper hospitality attitudes, norms and regulations on food provision, psychological aspects upon proper relations with visitors (establishing rapport), marketing, promotion, knowledge regarding local natural and cultural resources (Kutkowska, 2003).

The farmers' family makes a decision to provide tourist facilities and services on farm. In order to equip the house to visitors the farmers have to renovate the rooms, make additional bathrooms and toilets, properly suited, and also install child playgrounds, parking lots and so. The price is cover mostly by farmers own financial resources. In some regions, 92% of the farmers fully covered the amounts

(Kutkowska, 2003). In the Warminsko-mazurski region, 88% of the agrotourist households relayed on farmers' financial resources (Bott-Alama 2004). Only 7% of farms received from the European Union Fund the required funds (Table 4). Farmers who had undertaken such activity also involve their work as well as family workforce (authors' interviews).

Agritourism farms configuration. Most of farms turned onto tourism are up to ten hectares (44%); other from 20 ha to 49.9 ha are 31% (Table 2).

**Table 2. Area structure of agritourism households (2000)**

Area, hectare (h)	No. of farms	Percentage
1.0-1.99	4	4.3
2.0-4.99	18	19.3
5.0-9.99	19	20.4
10.0-14.99	8	8.6
15.0-19.99	6	6.5
20.0-49.99	29	31.2
50.0-99.99	6	6.5
100 and more	3	3.2
Number of respondents	93	100.0

Source: Bott-Alama A., Uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej w województwie zachodniopomorskim, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, 2004.

In other regions was so similar: in Lower Silesia 60% of agritourism farms are up to 10 ha, 5% was from 10 to 20 ha, 35% over 20 ha (Kutkowska, 2003). In Warminsko-mazurskie 61% of agritourism farms are up to 10 ha, and 33% over 20 ha (Batyk, 2012).

The field report at Warmińsko-mazurskie region reveal the correlation between size and proportion of income from agritourist activity as total household income. The highest income comes from agritourism in small farms, while smallest from those over 20 ha (Batyk, 2012).

Farmers' motivation to engage agritourism. The motivation is a rather complex subject where we can distinguish four categories: (tables 3 and 4), a) economic (additional income, not profitable agriculture, trade farms products), b) emulate (my friends persuaded me, neighbors income from tourists), c) social (autosatisfaction when tourists come to my manor), d) personal challenge (I wanted to try something new).

Motivations	Percentage
A lot of tourists visit our land	26.4
My friends persuaded me	25.9
I get less income from agriculture	23.9
I wanted to try something new	21.9
I feel satisfaction when tourists come to my manor	19.1
Neighbours income from tourists	17.3
I took part in workshop so I decided to try	11.2
Availability of EU funding	8.7

Source: Turystyka wiejska, w tym agroturystyka, jako element zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich – Raport końcowy PAN IGiPZ Agrotec Polska Sp. Z o.o. i IG i PZ PAN Warszawa wrzesień 2012 r.

Farmers in Warminsko-mazurski, turned to tourism primary to generate an additional income (Table 4).

Motivations	Percentage
To get additional income	45.7
Trade farm products	19.5
Empty rooms in home	10.9
The region charms	9.8
Availability of EU funding	6.5

Source: Batyk I., Turystyka zrównoważona na obszarach wiejskich województwa warmińsko-mazurskiego [w:] red. Kurowska K., Gwiaździńska-Goraj „ Planowanie przestrzeni wiejskiej» Studia obszarów wiejskich Instytut Geografii i Zagospodarowania Przestrzennego (Warszawa, 2012).

Leading source of income by agritourism was earned from loading and meals. Households additional income comes from farm products sale (Table 5).

Home made farm products	Households (%)
Bread	51.1
Fruit and vegetable preserves	33.7

Home made farm products	Households (%)
Dried and vinegar mushrooms	30.4
Dairy products	26.1
Charcuterie	19.6
Fish	17.4
Honey	14.1
Wine	4.3
Pottery	4.3

Source: Batyk I., Turystyka zrównoważona na obszarach wiejskich województwa warmińsko-mazurskiego [w:] red. Kurowska K., Gwiaździńska-Goraj, Planowanie przestrzeni wiejskiej Studia obszarów wiejskich Instytut Geografii i Zagospodarowania Przestrzennego (Warszawa, 2012).

The majority of Polish agritourism farmers inspected in 2011 asseverated the stagnation of income generated from agritourism over the last years. They pointed out that the main reason was the same rate of beds' occupancy. Thus they didn't planed to enlarge further involvement in agritourism services (Turystyka wiejska, 2012).

Tourist options offered by agritourism households. There is a wide range of products and services offered by agritourism farms. The basic services include: accommodation and homemade meals. Additional choices provided by some farms are: work experience around the farm (feeding farm animals, milking cows, outside dairy work), mini zoos, trade farm products, agrisport activities (horse-back riding, hunting, fishing) as well as thematic excursions (Tables 6 & 8).

More than 80% of agritourism farms at the Warmińsko-mazurskie region and Krosno region offer barbecues, picnics, and bicycle excursions. Often the guests take part in mushroom picking excursions and horse cart rides (tables 6 & 8).

Tourists farm activities: traditional food processing 54%, feeding animals or farming was offered by 1/3 on farms in Warmińsko-mazurskie (Table 6). Farms at Krosno region often offers such activities (Table 8).

Services	Households (%)
Bicycle excursions	95.7
Barbecue, picnics	91.3
Mushroom picking excursions	80.4
Horse cart ride	58.7
Traditional food processing	54.3

Services	Households (%)
Sports equipment rentals	48.9
Farm activities (milking cows, field work, feeding)	32.6
Hunting	20.7

Source: Batyk I., Turystyka zrównoważona na obszarach wiejskich województwa warmińsko-mazurskiego [w:] red. Kurowska K., Gwiaździńska-Goraj „Planowanie przestrzeni wiejskiej» Studia obszarów wiejskich Instytut Geografii i Zagospodarowania Przestrzennego, (Warszawa, 2012).

Typical equipment provided to tourists shows on table 7 (field survey at Krosno region).

Equipment	Households (%)
At home	
Internet	71.9
Shared athroom and wc	62.5
Kitchen isolate	62.5
Washing machine	62.5
TV room	62.5
A private bathroom and wc	40.6
Shared kitchen	40.6
Billiard table , court tennis	12.5
Sauna	3.1
On household	
Parking	100
Barbecue amenities	100
Playground	90.6
Potager	62.5
Orchard	50.0
Sports ground	40.6
Dry mushroom's room	3.1

Source: Bienia B. Pisarek M., Produkt agroturystyczny powiatu krośnieńskiego, ss.132-139 w. (red) Palich P., Marka wiejskiego produktu turystycznego, Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni (Gdynia, 2009).

**Table 8. Options offered in agritourism farms at Krosno region (2008)**

Specification	Households (%)
Camp –fire place	100
Meals provided in farm	84.4
Mushroom picking	81.3
Pets friendly	65.6
Farmer's excursions	62.5
Farm activities	62.5
Music performance	53.0
Farm tour	53.0
Traditional food processing	50.0
Watching farm animals	43.8
Fishing	37.5
Horseback riding	37.5
Craftsmanship activities	34.4
Horseback riding lessons	25.0
Medical treatments	12.5

Respondents could indicate several options n=32.

Source: Bienia B. Pisarek M., Produkt agroturystyczny powiatu krośnieńskiego, ss.132-139 w. (red) Palich P., Marka wiejskiego produktu turystycznego, Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni (Gdynia, 2009).

**Local choices.** The natural environment was the most appreciated selection (Table 10). Visitors like biking and trekking excursions, as well as mushroom picking. In Poland, most agritourism farms are beautiful landscapes on lake districts, rivers, valleys, and mountains close to national parks, some more near to historical and cultural sites. Kazimierz Dolny a picturesque small town, accomplish such relevancies.

**Accommodation occupancy ratio in Poland.** Agritourism represents only 5% on lodges on long trips (above five days), and 2% on weekend departures (less than five days) (Turystyka wiejska, 2012).

**Low rate agritourism accommodation.** By numbers in the Dolnoslaskie area the average occupancy ratio is up to 27% (Kutkowska, 2003). A research about Polish agritourism households in 2003 shows 20% average occupancy ratio, but a high variation over the year: July and August 35%-36%; 10%-15% in January, June, September (Legienis, 2004). Agritourism therefore, is a highly seasonal activity, though 75% of agritourism farms offer year-round accommodation (Institute of Tourism). In last years, occupancy (2011) rise even higher: in summer was around 72%, (Turystyka wiejska 2012, Legienis).

## Agritourism

Leisure tourists, families, and small tourist groups who come from urban areas prefer agritourism farms (Table 9 and Sznajder I Przezbórska, 2006). B. Kutkowska (2003) characterize five tourist segments: include families with children, seniors, nature lovers, active sports tourists, and comrades.

**Table 9. Socio-demographic characteristics of tourists accommodated in agritourism farms (2010)**

Characteristics	Percentage
Families with children up to 16 years	48.2
Couples	22.1
Comrades over 25 years	14.7
Youth groups	8.6
Singles	6.4

Source: Sawicki B., Sawicka M., «Turystyka na obszarach wiejskich jako szansa rozwoju turystyki rodzinnej» [w:] red. Sledzińska J., Włodarczyk B., *Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne*. ptt (Warszawa, 2011).

The main reason for choosing agritourism farms is cheap lodging,<sup>1</sup> proper facilities to family holidays, children playgrounds, farm animals), suitable amenities for senior citizens (peacefully atmosphere), natural environment approach, (Table 10, and Legutko 2005), security certificate label.

**Table 10. The reasons for choosing the rural areas at Lake District in Pomerania for holidays (2000)**

Reasons	Percentage
Natural environment	57.7
Natural and cultural recreations	48.2
Cheap sejour	44.0
Satisfactory acquaintance	41.5
Friends' mention	25.3
Near located	11.3

Respondents could indicate maximum three answers

Source: Bott-Alama A., *Uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej w województwie zachodniopomorskim*, Uniwersytet Szczeciński (Szczecin, 2004).

<sup>1</sup> Prices per night in agritourism farms range from 25–30 zł per person. It is much lower than in other accommodation. For example, in a pension was 50 to 150 zł, and in hotels range from 100 to 270 PLN. Data for Kazimierz Dolny in January 2013



Survey conducted in Dolnoslaskie region demonstrates that agritourism farms were chosen basically due to attractive natural environment, spectacular rural landscape, live as farmers is not specially interesting to tourist. In the same way, agritourism choice doesn't matter to them. (Kožuchowska, Gorzelecka, Swetlikowska, 1997).

Research on four social groups from Poznań citizens (Polish city): families with young children, pensioners, academic staff, and medical personnel exposed the popularity of the agritourism destinations mainly among pensioners, lesser amid academic staff, while the two remaining were not interested on such destination (Przezbórska, Gawalek, 2009).

Poznan respondents were asked to point out the most willingly chosen attractions including those prepared by farmers. From 80 respondents, 49 were interested in recreation activities outside farm, (birdwatching excursions and landscape scenery), mushroom picking (47) farm labour activities (32), sport and recreation activities (30) (Tables 11 & 12).

Preferences	Respondents
Farm activities	32
Sport and recreational activities	30
Traditional food processing	26
Observation farm animals	24
Handicraft work	20
Flower pot implant	19

\*Multioptional.

Source: Przezbórska L. Gawalek A., Wizerunek rynkowy produktu agroturystycznego (na przykładzie badań sondażowych wybranych grup społecznych i zawodowych mieszkańców Poznania) ss. 280-293 w. (red) Palich P., Marka wiejskiego produktu turystycznego, Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni (Gdynia; 2009).

**Table 12. Poznan citizens' recreational preferences outside (2007)\***

Preferences	Respondents
Excursions and birdwatching	49
Mushroom picking	47
Tours and horse rides	44
Polish folkloristic party	36
Sports	25
Fishing	12
Hunting	2

\*Multioptional.

Source: Przezbórska L. Gawalek A., Wizerunek rynkowy produktu agroturystycznego (na przykładzie badań sondażowych wybranych grup społecznych i zawodowych mieszkańców Poznania) ss. 280-293 w. (red) Palich P., Marka wiejskiego produktu turystycznego, Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni (Gdynia, 2009).

Visitors from Poznan were also asked to express those factors making a nice agrotourism holidays. The most point on meals provided by farmers (53 upon 80 respondents), clean bathrooms (42) and comfortable beds and nice prices (36). More than half of them stay at a beautiful landscape and natural environment (52 respondents), on to regional history and culture (37) (Table 13).

**Table 13. Knowledge agrotourism farms, satisfactory main points Poznan respondents (2007)\***

	Respondents
Meals by the farmers	53
A beautiful natural environment	52
Hygienic bathrooms	42
Regional history and culture	37
Comfortable beds and nice price	36
Recreational activities	28
Farms security	20
Regional products and gifts	19
Regional dances and music performances	19

\*Multioptional.

Source: Przezbórska L. Gawalek A., Wizerunek rynkowy produktu agroturystycznego (na przykładzie badań sondażowych wybranych grup społecznych i zawodowych mieszkańców Poznania) ss. 280-293 w. (red) Palich P., Marka wiejskiego produktu turystycznego, Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni (Gdynia, 2009).

Tourists expect fine food and lodging nice prices at first, more alternative activities were not much appreciated. Visitors were enthusiastic to wandering outside the farm.

Report conducted among agrotourist farmers in the Bieszczady region revealed the type of attractions suited for tourists on farm and surroundings, and tourist participation (Table 14). They stated that on 53% of their farms offers their own vegetables grown; however only 24% of tourists do buy; 40% of farms rise animals, 81% of tourists were interested on them.

Regional options include natural environment, e.g. (forest), as well as sports activities can be performed. Farms were near the forest (100 m to 5 km), however only 11% of visitors promenade. Outer sport activities are ski, horseback rid, and sail. Sailing was offered by 26% farm households those located close to Solinski Lake, 18% of tourists do; 47% of tourists swim on lake, 89% of farms are in a range from 300 m to 10 km to lake (Table 14).

**Table 14. Additional amusement provide by agritourism farms in Bieszczady and tourists election**

	Households (%)	Tourists election (%)
Vegetable sale produced on the farm	52.6	23.9
Farm Animals	39.5	81.2
Forest	94.7	11.0
Swimming facilities	89.0	47.3
Tennis court	36.8	22.0
skiing	77.0	76.3
Sailing	26.0	18.1
Horse riding	36.2	32.9

Source: Stec S. i Stec A., *Oferta turystyczna podkarpackich gospodarstw agroturystycznych zrzeszonych w stowarzyszeniu Galicyjskie Gospodarstwa Goscinne, Bieszczady*, ss. 320-327 w. (red) Palich P., *Marka wiejskiego produktu turystycznego*, Wyd. Akademii Morskiej w Gdynii (Gdynia, 2009).

An analysis on Polish agrotourist farms (based on information available on Internet), in 2011, indicates: lodging or lodging and meals had lead over additional options organized by 20% of farms. There is a lack of unique special attractions not only in the farms but also in the villages, for example, theme parks, historic village, etcetera (Turystyka wiejska, 2012).

## Sustainability levels

### Economic sustainability

As mentioned in the first section, income and employment opportunities were selected to analyze the economic sustainability of agritourism households.

Income. Low income on households in Poland forced tourist facilities development on farms. According to the Central Statistical Office (GUS), the monthly available average income per capita on rural households was the lowest (Table 15).

**Table 15. Monthly available average income per capita in households in Poland (Polish currency, zł)**

Year	Total households Average income In zł	Rural average income	Former available income portio compared to total income (%)
2010	1192.82	1024.53	85.9
2011	1226.95	983.88	80.2

Source: Yearbook 2012, Central Statistical Office, GUS, 2012.

Bed rates in agritourism farms are cheap, runs from 25 to 30 zł per person per night. However, considering low incomes generated by farmers' households the effort on services worth it. Agritourism activities are chosen by farmers to get some additional income. To more than 90% of agritourism farmers in the Zachodniopomorskie region, was the most important factor to turning to tourism (Bott-Alama, 2004).

Researchers reveal that income share by tourist services in farms linked to total income generated at farm varies not only by size, but on time.

Evaluations carried out in 2000-2005 at agritourism farms suggest that agritourism income was rather small. On 21% of agritourism households in Wielkopolskie area was 6%-10% on total income share; 11%-20% on 17% households. Only 9% over 50% (Sznajder and Przezborska, 2006: 110); at Podlasie 72% up to 10% in 2004 (Godlewski, Kalinowski, 2009).

2010-2011 studies show bigger income from agritourism activities. In the Warmińsko-mazurskie a 39% average from total income (Batyk, 2012). Poland most recently study (Turystyka wiejska, 2012, above 1000 people surveyed) reveals a bigger group of farmers generating a largest share of their income. About 50% of respondents estimate the share upon 30% to 100% on total (Table 16).

**Table 16. Percentage agritourism contribution to total Household Income in Poland (2011)**

Agritourism contribution to total household income (%)	Percentage of households
100	10.5
50-80	21.4
31-50	20.1
21-30	12.1
11-20	7.6
6-10	4.0
0-5	7.0
No answer for this question	17.3

Survey in 2011. Representative number of Polish agritourism farmers.

Source: Turystyka wiejska, w tym agroturystyka jako element zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich – Raport końcowy PAN IGipz Agrotec Polska Sp. Z o.o i IG i PZ PAN Warszawa wrzesień 2012 r.

Income from tourist is spent in different spheres: 60% on currently expenses, 55% on repairs, 52% on home equipment, 25% investment, and 20% into agricultural (Bott-Alama, 2004). Agritourism activity has a positive effect on direct spending.

Farmers opinions touching agritourism profitability. 45% at zachodniopomorskie refers as profitable, 36% hardly profitable, 18% of them refused (Bott-Alama, 2004).

A low bed rate occupancy is one of the reasons on low income, as well as highly seasonal tourism (summer months, New Year, or extended weekends).

Employment opportunities. Agritourism creates employment opportunities to farmers. This is quite important because agricultural job engage available labor force on low scale. Estimated on 62% at rural areas in Dolnosląskie region. When agritourism was introduced increased by 25% reaching to 87% on rural areas study 1997 (Kutkowska, 2003).

Room occupancy in farms is a positive aspect. On agritourism rural areas homes is rather large and often when childrens are gone some rooms remains unoccupied. In Warminsko-mazurskie 11% of farmers the reason to begin into agritourism activity was such condition (Table 4). In the Zachodniopomorskie region as well as 70% (Bott-Alama, 2004); at Podlasie up to 60% (Godlewski, Kalinowski 2009).

Rooms suited are located inside the house or outside in stables adapted. All as quarters performed by farmers and their families: The farmer to build, the wife to arrangement.

Agritourism in Poland is economically sustainable. Run by local farmers, provides additional family income; enables better utilization of farm resources. However, only half of agritourist farmers refers as profitable. (Bott-Alama, 2004).

## Socio-cultural sustainability

Socially sustainable agritourism promotes local tradition and community participation. Enhance local people knowledge. The social attributes of sustainable agritourism observed is analyzed in this section. Sustainability data is relied on respondents' opinions.

Knowledge. Farmers enhance knowledge through training courses and workshops by diverse organizations. Internet is commonly used to booking, farmers also do book by phone. All agritourism access to internet. Agritourism farms often are the first on village to install computers and Internet. We may say that agritourism modernize rural households.

In Zachodniopomorskie the farmers said agritourism activity enhance new knowledge (44% respondents), better understanding and heritage protection (30%), personal advance by contact with tourists (40%) (Bott-Alama 2003). Agritourism farmers involved at Warminsko-mazurskie, improved appearance of village (66% of respondents) and preservation of local cultural heritage (56%) (Table 18).

Culture and Tradition. Some tourists appreciate rural tradition. It applies especially to local cuisine (Table 13). Women by providing meals for tourists keep local cuisine tradition. Some local recipes cookbooks were published. The Centre for Rural Consulting print and distribute cookbooks with local recipes (Woźniczko, Orłowski, 2009).

Women's role change at Podkarpacie. Women welcome guests, prepare beds, meals, and clean rooms, suggest local entertainments, etc. (Kutkowska, 2003).

Surveys reveal a women majority on tourists care: 62% of the respondents in Zachodniopomorskie region (Bott-Alama, 2004) and 74% in Warminsko-mazurskie (Table 17); 68% of women in Wolkowyja village (Bieszczady mountains) take care of guests and their role become more relevant providing additional income. In Wolkowyja, 30% admitted that men and women were equally devoted to tourists (Jadczyk, 2006).

**Table 17. Agrotourist demographic features at Warminsko-mazurskie (2010)**

	Specification	Percentage surveyed
Sex	women	73.9
	men	26.1
Age	Up to 40	14.1
	41- 60 years	82.6
	More than 60 years	3.3

Source: Batyk I., *Turystyka zrównoważona na obszarach wiejskich województwa warmińsko-mazurskiego [w:] red. Kurowska K., Gwiaździńska-Goraj, Planowanie przestrzeni wiejskiej» Studia obszarów wiejskich Instytut Geografii i Zagospodarowania Przestrzennego (Warszawa, 2012).*

Agritourism farmers involved are mainly in their middle age (Table 17). We may conclude agritourism is undertaken when children are gone.

	Percentage surveyed
Improved appearance of the village	66.3
Preservation of regional and local cultural heritage	56.5
Improved farmers' standard of living	52.2

Source: Batyk I., *Turystyka zrównoważona na obszarach wiejskich województwa warmińsko-mazurskiego* [w:] red. Kurowska K., Gwiaździńska-Goraj, *Planowanie przestrzeni wiejskiej Studia obszarów wiejskich Instytut Geografii i Zagospodarowania Przestrzennego* (Warszawa, 2012).

Meanwhile some actions are taken by regional or national institutions to preserve cultural heritage in villages. Namely relevant cultural trails (f.e. Wooden Medieval Churches trail in Małopolska, or Sheep Cheese Trail).

## Environmental sustainability

Natural resources and waste management status are analyzed to confirm agritourism environmental sustainability.

Natural environment generally is a pole of attraction to rural areas tourism. Since agritourism households are small, only few tourists visit the area, plus catering is based on local products grown in an ecological clean environment. Agritourism farms are neat and clean. Farmers dispose solid waste into special garbage collection points. Sewage is discharged into cesspools. The farmers assess the waste management as appropriate (personal interviews). Thus agritourism has limited environmental impact.

However proper environmental management and protection keeps under local, regional, national or even EU commissions. Poland majors are responsible on solid waste collection. Also, majors have the skills and resources on environmental attractions management, such as landscapes miradors, tourist trails, and to create a national facility environment protection system (national parks, EU Nature Complexes 2000, etc.).

On a bigger scale, however, also carry negative impacts. To protect natural environment, the community tourist flow should be monitored, tourist facilities inspected, visitor program management implemented and a tourism social impact evaluation.

## Polan agritourism stagnation

There are few Poland agritourism farms and on decline (Table 1). The stagnation can be attributed to tourist market changes. Tourism in terms of places and experiences has changed significantly. Travelers prefer exciting holidays experiences. Recently overseas holidays became popular (Poles undertook 6.3 million trips abroad in 2011 —according to the Institute of Tourism—).

To become popular, agritourism households reduced prices for accommodation and enlarged recreational options on farms. These two actions will lost positive effect as they are easily launched by other competitor households. A much better solution is to create new branding products (Turystyka wiejska, 2012). Branding is understood as a special name, symbol, which distinguishes that particular product in the market (Altkorn, 1998).

From tourists brand products we distinguish special tourist trails and places. In both cases institutions provide finance for branding and do marketing (Sawicki, 2009).

Podlaskie White Stork Trail (PWST). It is one of the oldest brand tourist products in Poland. Provides a link to four national parks, the most beautiful places in the Podlasie region . It is a network of routes with information boards and signposts. Inspired by the white stork and its habits, the trail allows tourists to visit places either by bicycle or horseback, even by car. Many villages offers accommodation facilities. Product designed and sponsored by Bird Protection Society at Podlasie, financed by the Polish Agency for Tourist Development S.A., Podlasie voivodship funds, local community funds, Polish Tourist Organization Ministry of Economy, Danish Agency for Environment Protection (DANCEE) ([www.podlaskizlakbociani.pl](http://www.podlaskizlakbociani.pl)).

Recently, “Bug- a paradise for tourists”, 50 km bicycle trail on River Bug Valley was sign posted. Links small historical towns on riverbank. The project was funded fby the Program Innovative Economy, granted by the European Regional Development Fund, Ministry of Regional Development, community Drohiczyn. Some tourist infrastructure completed as a museum at Drohiczyn, as information center, and agritourism accommodation ([www.bugrajem.eu](http://www.bugrajem.eu) and personal visits).

“JuraPark Baltow” is one of branded tourist places (Theme village). The attraction park located in a small village shows life-size dinosaurs reproductions. 100 statues of dinosaurs and a paleontological museum whit thousands of fossilized plants and animals exhibited. JuraPark is visited by 300 000 tourists every year. A hundred and fifty people work at park. On village and near farms accommodation has been prepared. The initial idea came from Baltow community, since scientists discovered dinosaurs’ tracts on small canyon on village grounds. Warsaw University and Polish Geological Institute scientists were involved on park and paleontological museum design ([www.parkbaltow.pl](http://www.parkbaltow.pl) and personal visits).



Specialized farms has better occupancy. By example farms providing horse-back riding lessons. Another example is a big farm at Przywidz (close to Gdansk in the Pomeranian province) transformed into tourist attraction, offering parks, kids areas, volleyball courses, Indian village, paintball campus, quad bike lanes, riding tracks, and sky facilities. Owners provide school camps, workshops, art crafts. The farm provides accommodation, meals ([www.zielonabrama.pl](http://www.zielonabrama.pl)), and personal tours on September 2012.

## Conclusions

This paper is an important contribution to studies on tourism in Poland. Examines the environmental, economic and socio-cultural dimensions of sustainability. Secondary sources (references include articles, books, and state statistics) provides required information and data.

Economic sustainability. As expected, agritourism generated substantial direct employment and income opportunities for local farmers. More than 50% of respondents surveyed in 2011 estimated that the share of income generated from tourists was from 30% to 100% of the total household income. Agritourism led to better utilization of farm resources. Unfortunately, only half of agritourist farmers find this activity as profitable.

Environmental sustainability. The natural environment is agritourism driving force. Agritourism households provide ten beds on average, thus only few tourists visit the area, catering is based on local farmer products on ecological clean environment. Agritourism farms are neat and clean. Farmers dispose solid waste into special collection points. Sewage discharged into cesspools. Farmers assess the waste management as appropriate, (personal interviews). Thus agritourism establishments bring only a limited environment impact. However the proper environment management mainly stays in hands of local, regional, national or even EU body. Now in all of Poland, the village chiefs are responsible for organization of the solid waste collection. Local communities organize the water supply system and some sewage system. Also authorities have the possibility and resources to manage environmental attractions.

Socio-cultural sustainability. Women face agritourism services daily. Women benefits increase day by day in higher degree; most of those in their middle age (41-60 years). Their role on family raise as agritourism gives them additional income.

Conscious women leading agritourist farms develop local cuisine and keep tradition; some as well rules craft making. Several cookbooks with local recipes were published.

However, the agritourism sector in Poland suffers stagnation: agritourism

farms has not been increasing as well as farmers income . The paper reveals stagnation from changes on new products touristic demand. Tourists prefer specialized farms and specific recreations activities promoted to them. Tourist brand products in rural areas seems to be a wise option.

## Bibliography

- ALTKORN J. (1998). *Marketing w Turystyce PWN*, Warszawa.
- BATYK I. (2012). "Turystyka zrównoważona na obszarach wiejskich województwa warmińsko-mazurskiego [w:] red. Kurowska K., Gwiaździńska-Goraj „ Planowanie przestrzeni wiejskiej» Studia obszarów wiejskich Instytut Geografii i Zagospodarowania Przestrzennego, Warszawa.
- BOTT-ALAMA A. (2004). Uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej w województwie zachodniopomorskim, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
- BUTLER R.W. (2005). "Problemy miejsc recepcji turystycznej ze zrównoważonym rozwojem «s.35-49 w red. Winiarski R., Alejski W. Turystyka w badaniach naukowych" Kraków – Rzeszów, AWF Kraków.
- DZIEDZIC E. (2008). "Ekonomiczne aspekty zrównoważonego rozwoju turystyki» s.45-58 w red. S. Wodejko Zrównoważony rozwój turystyki SGH Warszawa.
- GODLEWSKI G., KALINOWSKI S. (2009). "Dziedzictwo przyrodniczo-kulturowe południowego Podlasia a działalność agroturystyczna –niewykorzystany potencjał czy płonne nadzieje .ss.181-191, [w:] (red) Palich P, Marka wiejskiego produktu turystycznego, Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni, Gdynia.
- GRYSZEL P, JAREMAN D. (2008). Rapacz A., "Zasady zrównoważonego rozwoju w praktyce funkcjonowania obiektów hotelarskich w red S. Wodejko Zrównoważony rozwój turystyki. SGH Warszawa.
- JADCZAK M. (2006). "Wpływ turystyki na społeczność lokalną Wołkowyi» praca lic. Wyższa Szkoła turystyki i Rekreacji im. Mieczysława Orłowicza, Warszawa.
- KOŻUCHOWSKA K., GORZELECKA K., SWIETLICKA U. (1997). "Motywacje potencjalnych gości w zakresie usług agroturystycznych [w:] Determinanty sukcesu turystyki wiejskiej. V Ogólnopolskie Sympozjum Agroturystyczne. Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie. Kraków.
- KUTKOWSKA B. (2003). Podstawy rozwoju agroturystyki ze szczególnym uwzględnieniem agroturystyki na Dolnym Śląsku. Wrocław.
- LEGIENIS H., (2004). Wykorzystanie kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych będących w ewidencji gmin IT, Warszawa.
- LEGUTKO S., (RED) (2005). Agroturystyka i usługi towarzyszące, Małopolskie Stowarzyszenie Doradztwa Rolniczego, Kraków 2005.
- SAWICKI B. (2009). Kreowanie marki w agroturystyce i turystyce wiejskiej, ss.11-17, (red)

- Palich P., Marka wiejskiego produktu turystycznego, Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni, Gdynia.
- SAWICKI B., SAWICKA M. (2011). "Turystyka na obszarach wiejskich, jako szansa rozwoju turystyki rodzinnej» [w:] red. Śledzińska J., Włodarczyk B., Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne. PTTK Warszawa.
- SMOLEŃSKI M. (2008). Turystyka wiejska w woj. Podlaskim [w:] red Stasiak A., Wieś polska Biuletyn KPZK z. 228. Warszawa.
- STEC S. I STEC A. (2009). Oferta turystyczna podkarpackich gospodarstw agroturystycznych zrzeszonych w stowarzyszeniu Galicyjskie Gospodarstwa Gościnne Bieszczady» ss. 320-327 w. (red) Palich P., Marka wiejskiego produktu turystycznego, Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni, Gdynia.
- SZNAJDER M. PRZEZBÓRSKA L. (2006). Agroturystyka, PWE, Warszawa.
- TELFER D.J. Y SHARPLEY R. (2008). Tourism and development in the Developing World. Routledge, London and New York.
- TURYSTYKA WIEJSKA, W TYM AGROTURYSTYKA JAKO ELEMENT ZRÓWNOWAŻONEGO I WIELOFUNKCYJNEGO ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH – RAPORT KOŃCOWY PAN IGIPZ AGROTEC POLSKA SP. Z O.O I IG I PZ PAN WARSZAWA WRZESIEŃ 2012 R. <http://WWW.bip.minrol.gov.pl/Desktop>.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (2004), "Concepts and Definitions" <<[http://www.worldtourism.org/frameset/frame\\_sustainable.html](http://www.worldtourism.org/frameset/frame_sustainable.html)>>
- WOŹNICZKO M., ORŁOWSKI D. (2009). Kuchnia ludowa jako regionalny produkt agroturystyczny Podkarpacia [w:] red. Palich P., Marka wiejskiego produktu turystycznego», Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni, Gdynia.
- ZARĘBA D. (2006). Ekoturystyka PWN, Warszawa.



# Apoyos gubernamentales para el desarrollo turístico en la región Costa Norte de Jalisco. Una estrategia de desarrollo local y regional

ALMA ALICIA AGUIRRE JIMÉNEZ

FRANCISCO MORÁN MARTÍNEZ

---

El turismo es considerado como una actividad económica que se establece como un importante factor de desarrollo en cualquier espacio geográfico, pero principalmente en el ámbito rural, que debe aportar sus beneficios de manera paulatina en la medida en que las localidades evolucionan.

Britton (1982) considera que el turismo genera desarrollo. Si en el asunto del “desarrollo” se incluye el objetivo de reducir las desigualdades y la redistribución de los bienes sociales de acuerdo con las prioridades de las necesidades básicas, entonces el aspecto de distribución del turismo es de importancia central. Schellhorn (2010) señala que el desarrollo se debe plantear como una transformación constante de la economía y de la sociedad, pero para que éste sea sostenible se deben incorporar cuestiones sociales, económicas, ambientales, físicas y culturales. Argumenta que, en la práctica, no ha sido posible que la sostenibilidad la generen los polos turísticos, ya que se ha observado que las comunidades rurales terminan desapareciendo y, con algunas de ellas, el legado cultural con que contaban desde tiempos ancestrales.

En México, la actividad turística de acuerdo con el Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos (ICTEM), elaborado por el Centro de Investigación y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey (CIETEC), es un sector estratégico. En el año 2011, este sector contribuyó con 8.0% del Producto Interno Bruto (PIB) del país, según datos de la Secretaría de Turismo.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Entrevista realizada a la Secretaría de Turismo, Gloria Guevara, el 11 de Julio 2011 por el periódico *El Informador*, de Guadalajara, Jalisco.

Asimismo, según el CIETec, este porcentaje de participación en el PIB por el turismo se debe a la capacidad que tiene esta actividad para generar empleos, atraer divisas, detonar el desarrollo regional y apoyar el desarrollo de múltiples actividades, por lo que se debe considerar como uno de los sectores de mayor aportación social y económica en el país.<sup>2</sup>

Por otra parte, autores como Brida, Monterubbiansi, Zapata y Giraldo (2010) señalan que en el contexto regional se reconoce la importancia del turismo como un elemento dinamizador de las economías locales. Dicho reconocimiento se manifiesta como una consideración importante en los planes de desarrollo tanto del orden nacional como del regional. Prevalcen en éstos, los esfuerzos por invertir en promoción y diseño de nuevos productos turísticos, investigación de mercados, infraestructura y estímulos a la creación de nuevas prestaciones de servicios turísticos.

El desarrollo del turismo a lo largo del tiempo ha demostrado que esta actividad puede convertirse en un instrumento real de desarrollo regional si se interpreta y ejecuta de manera correcta. Al generar riqueza y oportunidades de movilidad social, el fenómeno turístico es una herramienta que puede combatir la pobreza. De igual forma, dicho fenómeno puede ser un vehículo de promoción y difusión de la cultura nacional. En general, se puede decir que los efectos positivos del turismo en toda la sociedad pueden coadyuvar a la construcción de un desarrollo regional y nacional sustentable.

Con esta visión de desarrollo sustentable, se considera que en la elaboración de proyectos, gestión y administración de los centros turísticos, los gobiernos tienen que realizar inversiones públicas en sus diferentes ámbitos, así como involucrar a los residentes y grupos de interesados de los espacios rurales en el proceso de planificación. Uno de los objetivos gubernamentales debe ser aumentar la oportunidad para los residentes de ser involucrados en el proceso de planificación. Al respecto, Torruco (2009) señala que se debe tomar conciencia de las prácticas y políticas que se pretenda instrumentar en este rubro y hace hincapié en que en lugar de crear nuevos polos turísticos, las autoridades deberían invertir en la consolidación de polos turísticos ya existentes.

Sin embargo, dada la riqueza natural con que cuenta nuestro país, pero también su evidente deterioro, se recalca la importancia de que la construcción de nuevos complejos turísticos se realice con una visión de manejo integral de la región y un enfoque de sustentabilidad.

Ante este escenario, el objetivo de este documento es analizar los componentes del proyecto turístico Chalacatepec, ubicado en el Municipio de Tomatlán, Jalisco, México; la importancia estratégica de las inversiones que el gobierno federal, estatal y particulares (campesinos e inversionistas privados del proyecto turístico)

---

<sup>2</sup> Véase [http://el.semanario.com.mx/revista/semanal/17\\_23\\_mar/4/index.html](http://el.semanario.com.mx/revista/semanal/17_23_mar/4/index.html)

realizarán para la construcción de infraestructura hidráulica que beneficie a productores rurales y al proyecto turístico mencionado. Derivado de este análisis se propone un modelo sistémico de desarrollo basado en el diseño de políticas, objetivos y estrategias, donde el elemento principal sea la integración de mesas de negociaciones que permitan diseñar programas operativos encaminados a conseguir la sustentabilidad de los proyectos económicos, así como a generar con estas políticas inversiones para contribuir de forma exitosa al desarrollo regional, considerando que este modelo puede ser replicado en casos y contextos similares.

## Aspectos teóricos acerca del desarrollo regional y la actividad turística

Para fundamentar el análisis de este documento se partió de la Teoría del Desarrollo Endógeno (TDE), de la que Hernández y Velázquez (2012) señalan que destaca en este propio proceso de desarrollo, la dimensión territorial, por cuanto a partir de ella —del entorno territorial— habrán de convocarse los actores y aplicarse las estrategias adecuadas y eficientes para alcanzar el bienestar de la colectividad ubicada en una localidad, donde es más que palpable el desarrollo. Los supuestos de esta teoría son que: *a)* los actores locales son los que impulsan el crecimiento de sus localidades o regiones y *b)* que existen varios senderos para llegar al crecimiento económico (no hay una única vía).

Asimismo, para Polèse (1994), el término local hace referencia a las características propias de la comunidad o la región; así, entonces, constituirán los impulsos que pueden crear y mantener ventajas competitivas que conllevarán a involucrar el entorno como un generador de innovación para el territorio. Entre las características que se pueden encontrar en la teoría del desarrollo endógeno son: *a)* fuentes de crecimiento iniciales ( $\tau$ ,  $\tau$ , *ketc.*),<sup>3</sup> *b)* fuentes estructurales (capacidad empresarial y organizativa, la cualificación y la instrucción de la población, los recursos medioambientales y el funcionamiento de las instituciones).

Para Peña (2006), las teorías del crecimiento endógeno parten de supuestos como la existencia de un fuerte contraste entre la creciente movilidad de los bienes y la estabilidad de los entornos regionales, caracterizados por factores tales como la mano de obra calificada, las técnicas de producción y de organización, así como las estructuras sociales e institucionales. En este caso es preferible que la política regional actúe, no tanto sobre la movilidad de los factores productivos (tal como proponían los enfoques neoclásicos y keynesianos), sino sobre la plena

---

<sup>3</sup> De acuerdo con la teoría económica, los principales factores de producción son: Tierra, trabajo y capital.

utilización y la productividad de los recursos propios de cada región. En este modelo, la especialización sectorial de una región vendrá determinada por un proceso de selección natural: las empresas que se adapten al medio ambiente local sobrevivirán y prosperarán, mientras que las que no lo consigan, se debilitarán y morirán. Martín (2005), por su parte, señala que de las teorías de desarrollo endógeno toma relevancia el papel que desempeñan las infraestructuras económica y social. Destaca que el efecto que tienen en el desarrollo de las regiones ha sido analizado desde varias perspectivas y experiencias, pero que en los últimos años se ha revalorado su influencia positiva, tanto en términos de externalidades, como de la inversión en capital humano o en el desarrollo de tecnología.

Finalmente, Woo (2002) destaca la importancia de las políticas regionales como instrumento valioso para la promoción del desarrollo. Argumenta que

la sistematización de los casos de estudio permite identificar que la conformación de redes de cooperación intergubernamental constituye otra alternativa de estrategia para la mejora de las capacidades de las administraciones públicas, en tanto que la participación social posibilita contar con nuevos canales que permiten incorporar con mayor eficacia los recursos organizativos y de liderazgo social.

## **El planteamiento de un proyecto turístico como modelo de desarrollo local y regional**

Con las crecientes internacionalización y globalización de la economía, la dimensión territorial ha tomado un papel determinante en el proceso del desarrollo local y regional. En términos generales, la regionalización tiene como objetivo aprovechar los recursos y oportunidades que ofrece un territorio determinado, para alcanzar propósitos de desarrollo preestablecidos por la sociedad y su gobierno. La regionalización pretende establecer y mantener mecanismos de cooperación que permitan, por un lado, descentralizar y desconcentrar funciones de la administración pública en forma permanente y, por el otro, atender de forma coordinada las demandas de servicios de la población, en el menor tiempo posible y con la mayor calidad (Seplan, s/f).

Desde 1997 y hasta la fecha, 12 regiones administrativas forman la entidad con base en límites político-territoriales. La Región 09 Costa Norte, integrada por los municipios de Cabo Corrientes, Puerto Vallarta y Tomatlán, tiene una extensión de 5 959.23 kilómetros cuadrados, que representan cerca de 7.5% del total del estado. Sobresale este último, con 2 657.50 kilómetros cuadrados o 44.59% de la superficie (Seplan, s/f).

Para detonar el desarrollo local y regional en Tomatlán se ha considerado el proyecto turístico Chalacatepec en la Región Costa Norte —que forma parte de la Costa Alegre y muestra fuerte vocación turística—, dado que es una oportunidad para, a partir de diversas formas de asociación y cooperación, integrar una política cultural y una gestión sostenible del turismo mediante la incorporación de los espacios rurales. Con la participación de las comunidades se permea su vocación rural en la percepción de viajeros, con incentivos económicos de consecuencias sociales y culturales favorables para la integración regional.

El proyecto Chalacatepec tiene dos componentes:

- a. Infraestructura hidráulica.
- b. Desarrollo turístico.

*Infraestructura hidráulica.* Uno de los objetivos de una política de desarrollo económico-social es lograr un crecimiento económico sostenido en el tiempo, para lo que es indispensable destinar una cantidad significativa de recursos a la inversión. En materia de política de inversión, una región requiere —para funcionar en condiciones mínimas de eficiencia— impulsar infraestructura que conlleva cambios tecnológicos de importancia (por ejemplo, grandes obras de vialidad e hidráulicas). Esto se debe reflejar en acciones que integren líneas de gestión para el desarrollo turístico, que sustente el regional desde una perspectiva económica, social y ambiental apoyada por una política de inversión como la instrumentada para el proyecto de Chalacatepec.

En este sentido, para la instrumentación del proyecto turístico son fundamentales las inversiones para la ejecución del proyecto de infraestructura hidráulica, pues de lo contrario, la falta de agua no permitiría su operación ni su funcionamiento.

Como parte de la política hidráulica, las obras de infraestructura hidráulica de este proyecto están vinculadas al eje 2 “Economía competitiva y generadora de empleos” del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 (PND, 2007-2012). Asimismo, se ha determinado que estas obras contribuirán de forma directa a lograr los objetivos 1 y 3 que establece el Programa Nacional Hídrico (PNH) 2007-2012, que son: Mejorar la productividad agrícola en el sector agrícola y Promover el manejo integrado y sustentable del agua en cuencas y acuíferos.

Con relación a la obra hidráulica, se ha proyectado que la integren tres componentes principales:

- La obra de captación (12 pozos profundos verticales).
- Línea de conducción principal.
- Red de distribución de la zona de riego y suministro de agua para la operación del desarrollo turístico.

Para la operación de las obras se tendrá una concesión de agua por 32.078 millones de metros cúbicos anuales, lo que permitirá incorporar al riego 2 000



hectáreas en beneficio de 231 productores agrícolas del ejido José María Morelos del municipio de Tomatlán, Jalisco.

Tabla 5.1. Distribución de beneficios de las zonas agrícolas proyecto Chalacatepec					
Cuadro resumen				Usos agrícola	
Unidades de riego	Superficie		Núm. de productores	Demanda de agua (m <sup>3</sup> )	Demanda en litros por segundo
	Metros	Hectáreas			
Laguna Chalacatepec	3 873 550.10	387-35-50.10	36	6 607 942.74	209.54
La Carbonera	4 566 615.23	456-66-15.23	52	5 405 335.44	171.40
Xola	4 615 942.77	461-59-42.77	57	5 476 614.59	173.66
Loma Colorada	1 597 637.18	159-76-37.18	29	1 888 897.44	59.90
El Polvorín	880 281.12	88-02-81.12	26	1 045 427.51	33.15
Santa María de Chala	4 370 727.52	437-07-27.52	0	9 171 071.98	290.81
Río San Nicolás	2 090 354.38	209-03-54.38	31	2 482 890.34	78.73
Total	21 995 108.30	2199-51-08.30	231	32 078 180.04	1 017.19

Fuente: Elaboración propia con datos de Conagua, Proyecto de factibilidad técnica y económica, México, 2012.

La asignación de los fondos de inversión a los proyectos de infraestructura contribuye socioeconómicamente al crecimiento de una región o país. Conforme esta premisa, para sustentar la infraestructura básica del polo turístico Chalacatepec, el gobierno federal participará con una inversión total de \$ 151'958 997.00, el gobierno del Estado de Jalisco invertirá \$ 32'562 642.00 y una inversión igual a la del gobierno del estado será la participación de los usuarios (cuya la mayor parte son del ejido José María Morelos) y los inversionistas del proyecto turístico que han quedado integrados como miembros de las unidades de riego, principales promotores de esta obra. De todo ello se puede inferir que el caso del desarrollo turístico Chalacatepec está vinculado a una política de desarrollo económico-social cuyo objetivo es lograr un crecimiento económico local y regional sostenido a lo largo del tiempo, para lo que es indispensable destinar una cantidad significativa de recursos a la inversión, que propicie crecimiento y desarrollo económico.

**Tabla 5.2. Calendario de inversiones: Infraestructura hidráulica proyecto Chalacatepec**

Entidad (%)	2013	2014	2015	2016	Total
Gobierno Federal (70)	114 980 517	14 791 392	11 093 544	11 093 544	151 958 997
Gobierno Estatal (15)	24 638 682	3 169 584	2 377 188	2 377 188	32 562 642
Usuarios (15)	24 638 682	3 169 584	2 377 188	2 377 188	32 562 642
Total	164 257 881	21 130 560	15 847 920	15 847 920	217 084 281

Fuente: Elaboración propia con datos de Conagua, Proyecto de factibilidad técnica y económica, México, 2012.

En estos casos, el Estado debe velar porque la inversión del sector público se realice de manera eficiente y coordinada; a la vez que ir articulando su accionar en conjunto con el sector privado para lograr el desarrollo productivo y tecnológico necesario para competir de manera eficaz e incrementar el capital humano local o de una región o país, con el fin de asegurar el desarrollo integral de todos sus habitantes.<sup>4</sup>

Además, este tipo de desarrollo debe generar también un cambio social, cultural y económico que se manifiesta tanto en efectos cualitativos como cuantitativos y en el que “el elemento clave debe ser mejorar la calidad de vida de las personas”, como quiera que se defina el desarrollo. Es claro que éste debe estar caracterizado por normas de comportamiento y por valores (por ejemplo, prevalencia de las relaciones impersonales funcionales sobre las relaciones personales, estatus adquirido en contraposición al adscrito, racionalidad interpretativa, movilidad social, etc.) que generan preferentemente un medio tipificado por un elevado grado de interacción social.

Cabe señalar que el proyecto Chalacatepec contempla una segunda etapa llamada Desarrollo Turístico, que integra una superficie de 1 177 hectáreas para el avance del proyecto inmobiliario que integra una serie de productos tales como fincas de hacienda, casas frente al mar, ecovillas, casas *Hill State*, construcción de cadenas hoteleras de prestigio internacional, condominios frente a la playa, villas *Hill*, villas pesca, centro de valor agregado, club de golf, áreas verdes, construcción de granjas, así como área para el desarrollo de agricultura orgánica.

En este modelo de desarrollo turístico, la variable de inversión es un elemento que debe integrarse a una serie de *estrategias* aplicadas a la ingeniería de ventas,

<sup>4</sup> La cartera de inversión es gestionada por la Unidad de Inversiones de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en el marco técnico-institucional-legal dentro del cual se lleva a cabo el proceso de inversión pública. Dicha cartera está determinada por la política de inversión pública, las instituciones que participan en el proceso, los canales administrativos internos e interinstitucionales, leyes, reglamentos, decretos, etc., vigentes que lo norman, las herramientas metodológicas para identificar, formular, evaluar, ejecutar, administrar, seguir y operar proyectos; el personal técnico y el proceso de toma de decisiones sobre inversión pública.

encaminadas a establecer *medidas de diversificación del producto* consistentes en la promoción de inversiones en infraestructura.<sup>5</sup> Esta tendencia empresarial de ingeniería turística (*producción de turismo*) debe ser complementaria de la primera etapa del proyecto turístico para generar un desarrollo turístico rural integrado, cuyo enfoque preconiza la reactivación de zonas desfavorecidas mediante actividades explotadoras de sus recursos naturales, con trabajadores originarios de la zona.<sup>6</sup>

Este desarrollo plantea estrategias innovadoras, ya que considera la innovación en las técnicas de producción de la ingeniería turística, la gestión empresarial de actividades productivas verticalmente integradas, un desarrollo rural integrado, la identidad cultural, así como la conservación de la diversidad biológica del entorno medioambiental.

Este planteamiento parte de la base de su aplicación en espacios que actualmente son poco desarrollados tanto del interior como en la zona de playa.<sup>7</sup>

## Desarrollo turístico. Un modelo estratégico para el desarrollo turístico regional

Instaurar nuevos polos de desarrollo local o regional requerirá la construcción y la instrumentación de modelos para el desarrollo local o regional que permitan la transformación de ideas en nuevos productos o servicios, así como la incorporación de innovaciones tecnológicas significativas existentes. Cada organización tiene que ser capaz de desarrollar su propio modelo, de acuerdo con su entorno físico-social y con su propia estrategia y su visión de futuro. Con ello se podrá construir una visión clara y compartida de las principales oportunidades y los retos, vistos desde un enfoque prospectivo.

---

<sup>5</sup> Quinta Real, Hotel Cove, Hotel Océano Laguna, Six Senses, Hotel Boutique Hacienda, Hotel Wellness, Hotel CVA, entre otras cadenas de inversionistas. Proyecto Turístico Chalacatepec, segunda etapa. México, 2012.

<sup>6</sup> Es importante destacar que en el periodo del presidente Luis Echeverría Álvarez, la política económica fue promocionar la agricultura en todo lo ancho y alto del país, con el lema “solo los caminos queden sin sembrar”, esto propició gran deforestación en el Municipio de Tomatlán y que actualmente el área del proyecto Chalacatepec ocupa una superficie con tierras devastadas forestalmente y con cierto nivel de aridez, aspecto que se pretende revertir con el proyecto.

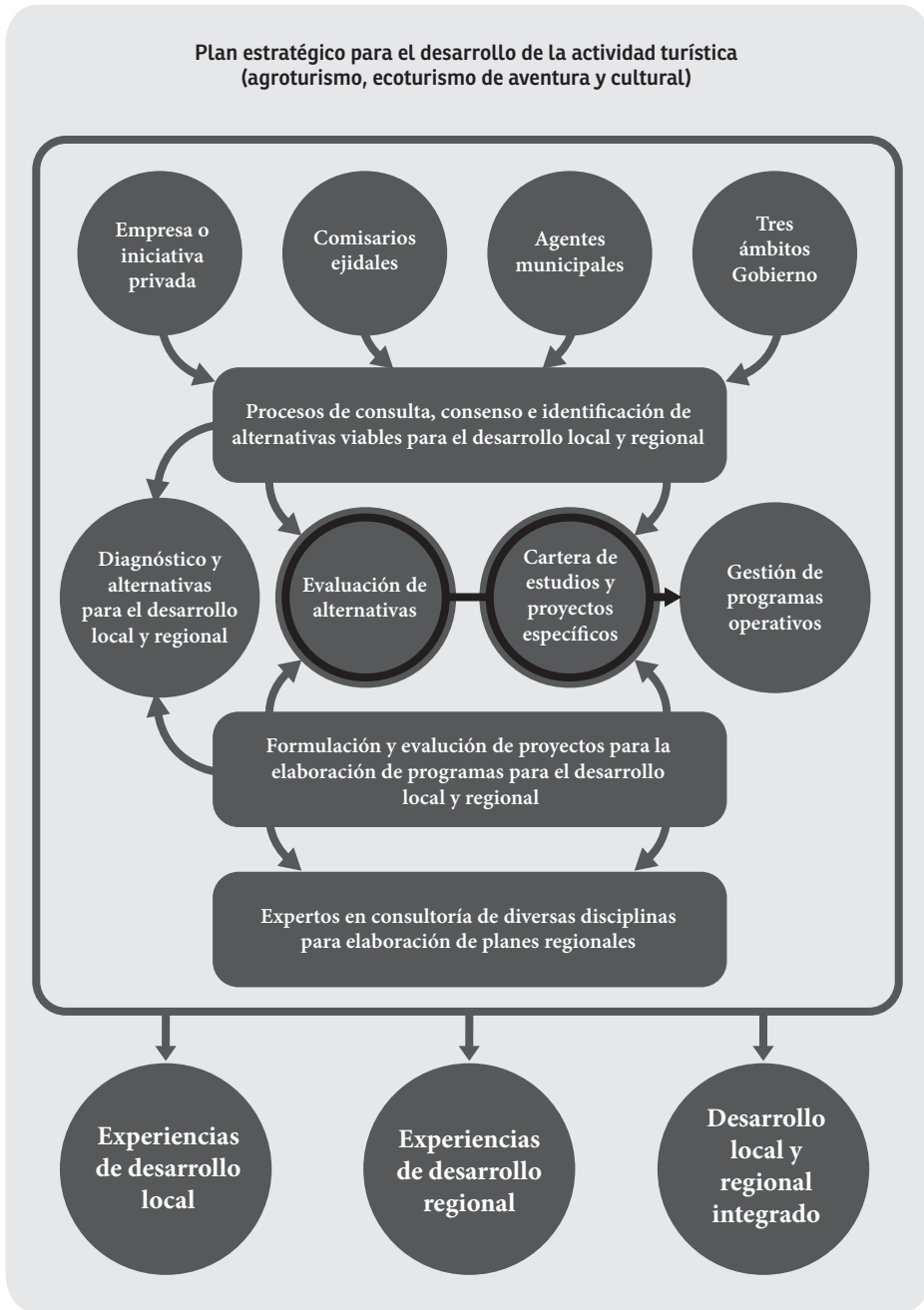
<sup>7</sup> El planteamiento del proyecto Chalacatepec excluye aquellos productos turísticos que no son rentables o sean contrarios a la identidad cultural o a la diversidad biológica del lugar.

## Proceso de consulta de alternativas para el desarrollo local y regional

Para optimizar los beneficios sociales e institucionales de programa de desarrollo y limitar impactos negativos, la integración de las partes interesadas permite identificar cualquier parte susceptible de ser afectada (positiva o negativamente) por la operación de nuevos centros de desarrollo y la manera en la que es afectada.<sup>8</sup> Por ello es recomendable que el análisis de las partes interesadas se efectúe al inicio de las fases de identificación de alternativas, de tal forma que el proceso de consulta para la identificación de alternativas es el elemento fundamental para determinar y priorizar políticas, objetivos y estrategias. En este apartado del modelo se propone que se debe identificar y hacer una valoración de alternativas de desarrollo, como parte de un *diagnóstico de la situación actual*. En este nivel de análisis se debe constituir la expresión sintética de los problemas regionales y describir funcionalmente la relación entre el grado de desarrollo y la magnitud de los problemas regionales que se desea resolver.

---

<sup>8</sup> El análisis de las partes interesadas implica la identificación de todos los grupos susceptibles de ser afectados (de manera positiva o negativa) por la intervención propuesta, la identificación y el análisis de los intereses, problemas, potencialidades, etc. Las conclusiones del análisis se deben integrar a la evaluación de alternativas.



**Diagrama 5.1.** Modelo estratégico para el desarrollo turístico regional.

*La evaluación de alternativas* debe ser una actividad objetiva y rigurosa que permita obtener resultados válidos y confiables acerca de las alternativas seleccionadas. La rigurosidad asegurará que los resultados y los procesos para obtenerlos sean adecuados, transparentes y repetibles, así como que se hayan realizado con objetividad; es decir, se intenta captar la realidad mediante procedimientos que eviten que las ideas preconcebidas e incluso los intereses afecten los resultados de la evaluación. En este contexto, se puede argumentar que la acción de evaluar consiste en exponer un juicio sobre las perspectivas que presenta la ejecución de un proyecto de desarrollo, específicamente sobre la manera en que éste se pueda comportar en relación con un patrón de deseabilidad. Es decir, en qué medida el proyecto sigue determinado proceso, afecta cierta función objetivo, utiliza tales recursos, según qué se evalúe.

*Cartera de estudios y proyectos.* La necesidad de coherencia y las decisiones de naturaleza política que comprende todo programa hacen conveniente y necesaria la realización de actividades relacionadas con un proceso de estudios y evaluación de alternativas en el aspecto de prefactibilidad técnica, económica y social. Todo ello con el fin de cifrar en una primera aproximación la cuantía de inversiones, de la demanda del servicio o producto y de las demás magnitudes fundamentales del modelo. Así, al disponer de información más detallada se podrán corregir los diferentes rubros del programa y hacerlos congruentes con los nuevos datos. De esta forma, los proyectos constituyen un eslabón en el proceso de aproximaciones sucesivas que implica la técnica de la programación y un elemento importante relacionado con los requisitos de flexibilidad y revisión continua del programa.<sup>9</sup>

La programación de una cartera de estudios y proyectos facilita la determinación de las posibilidades de inversión, el acopio de antecedentes concretos sobre los recursos naturales, la consecución de capital, de mano de obra, localización y otros aspectos relacionados con la identificación de nuevas oportunidades de inversión. Este conocimiento más cabal permitirá confirmar o rectificar los planteamientos iniciales y formular objetivos más adecuados. A su vez, el estudio de los proyectos individuales influirá en la formulación de los objetivos y de la política de los programas, estableciendo, así, un proceso continuo de revisión y ajuste.

*Los programas operativos.* Éstos deben ser resultado de un proceso abierto y participativo de planeación emprendido. Tiene como objetivo señalar los objetivos, estrategias, metas de la organización de acuerdo con la misión y las atribuciones que le establece el reglamento interno de la organización. Además, debe ser

---

<sup>9</sup> Un aspecto importante de la interrelación entre los proyectos y programas proviene de las distintas alternativas técnicas estudiadas para un determinado bien o servicio. En este sentido, un programa de desarrollo debe estar vinculado a factores técnicos, que se pueden llamar “complejos técnicos” y otro en la consideración conjuntos de proyectos vinculados por factores de localización denominados “factores geográficos”.

un elemento guía permanente para la formulación o reformulación de programas de trabajo anuales que respalden el proceso de programación-presupuestación de cada ejercicio fiscal.<sup>10</sup> En resumen, los programas operativos son un procedimiento metodológico que permite describir la situación futura que prevalecerá una vez resueltos los problemas, con la participación de las partes interesadas; verificar la jerarquía de los objetivos. Asimismo, se deben tener como referentes fundamentales, el ejercicio de reflexión y la perspectiva de planes y programas futuros de desarrollo. La visión de conjunto que proporcionan los programas operativos dará elementos de juicio para elegir los proyectos que conviene preparar y estudiar en función de los objetivos.

En el caso de la actividad turística, los aspectos de gestión social, institucional y empresarial son factores centrales que facilitan el crecimiento y el desarrollo sostenido. Cabe señalar que el desarrollo no ocurre nada más porque sí, sino que requiere actos emprendedores para la introducción de una nueva oferta turística.

## Consideraciones finales

Dada la evidencia de la importancia de construir complejos turísticos con una visión y un manejo integral de la región, en este documento se propone un modelo que contiene estrategias integradas en un Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico sustentado en el enfoque del modelo de oferta.

Es importante en este enfoque de desarrollo tener presente lo que se denomina *funcionalismo político del desarrollo regional* en el caso del turismo. Con esto se quiere decir que deben estar dadas las condiciones políticas, en términos de intereses, grupos de poder y estrategias, que hagan viable un esfuerzo de desarrollo regional. Las opciones de desarrollo deben vincularse a un programa de estudios y a proyectos específicos que permitan evaluar y seleccionar las diferentes alternativas. El resultado serán alternativas viables desde el punto de vista político, económico, social y ambiental, que pueden integrarse a programas operativos acordes a la políticas nacionales y sectoriales, factibles de ser impulsados por las instancias federales y estatales.

Cabe señalar que el seguimiento y la operatividad en la instrumentación de las políticas, los objetivos y estrategias deben ser responsabilidad de un *equipo de*

<sup>10</sup> Para preparar los presupuestos anuales y calendarios de inversiones será preciso contar, en todo caso, con la información precisa sobre cada proyecto, pues aparte de las prioridades que establece un programa global de desarrollo, hay también un problema de prioridades en el tiempo, a cuya solución contribuirán los estudios concretos de cada uno de los proyectos específicos del programa de desarrollo. Además, la fase práctica del cumplimiento de un programa requiere la aprobación de los presupuestos concretos con que se va a operar administrativamente.

*consultores* especialistas en materia de turismo, que puede ser ecoturismo, turismo cultural, turismo de aventura y turismo de negocios.<sup>11</sup>

Esta estrategia permitirá formular programas específicos para el desarrollo turístico que, en el corto y mediano plazos, permitirán: aumentar la valoración de las áreas protegidas; establecer y consolidar esfuerzos conjuntos de las instituciones oficiales e inversionistas privados; ampliar y consolidar las opciones tecnológicas productivas; armonizar los objetivos de pluralidad cultural; además de armonizar los objetivos de conservación con objetivos de desarrollo local.<sup>12</sup>

Se asume que la viabilidad de este enfoque de política para el desarrollo turístico regional depende —aparte de su eficacia interna— del grado de funcionalismo teórico y político. Esto quiere decir que existe un momento histórico en el que la introducción de un esquema de desarrollo regional es factible. Desde el punto de vista técnico, los modelos de desarrollo turísticos regionales deben ser funcionales con respecto a la etapa de desarrollo global por la que atraviesa el país; de otra manera, un intento de desarrollo fracasará por anticipado, representando un esfuerzo inútil y desperdicio de recursos. El modelo propuesto con respecto al desarrollo turístico es un enfoque sistémico que implica la integración de múltiples subsistemas con cierto grado de funcionalidad en el sistema total o global.

Se considera que no sólo es factible, sino necesaria, la aplicación de este modelo en el proyecto turístico Chalacatepec, con el propósito de que las inversiones tengan la rentabilidad socioeconómica que se busca y se genere una sustentabilidad ambiental, ya que de no hacerlo, pudieran surgir conflictos sociales por el acceso al agua, dado que este elemento natural será el eje articulador de las actividades económicas, tanto turísticas como agrícolas, que se espera que contribuyan como detonadores del desarrollo de la región Costa Norte de Jalisco.

---

<sup>11</sup> Ecoturismo: Es una de las formas de turismo rural, definido como “segmento turístico” en el que se prioriza la preservación del espacio natural donde se realiza, por lo que su diseño contempla ante todo el medio natural y, por ende, su conservación, frente a cualquier otra actividad (como la conservación de aves y flora.) Turismo Cultural: Se basa en la utilización de los recursos culturales, históricos, orientándose hacia la preservación y el mejor conocimiento de los mismos. Turismo Aventura: Utiliza el entorno o medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento, por lo que su objetivo básico es poder conseguir transmitir estas sensaciones, necesitando en consecuencia espacios poco utilizados turísticamente. Conceptos y Características del Turismo Rural, Ing. Luis Andrés Martínez Figueroa <http://www.promer.cl>

<sup>12</sup> C. Gilbert, 2006, manifiesta que a partir de integrar una política cultural, incorporando los espacios rurales mediante la participación de las comunidades, extendiendo su vocación rural a la percepción de viajeros, con incentivos económicos de consecuencias sociales y culturales favorables para la integración regional, se puede gestar un desarrollo turístico sostenible.



## Bibliografía

- BRIDA, J. G., MONTERUBBIANESI, P. D., ZAPATA AGUIRRE, S., & GIRALDO VELÁ, C. M. (ABRIL 2010). “Turismo y crecimiento económico: el caso de Antioquia”. *Revista TURYES*, 3 (7).
- BRITTON, S. (1982). “The political economy of tourism in The Third World”. *Annals of tourism Research*, 9 (3), 331-352.
- COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA (CONAGUA), (2008). *Programa Nacional Hídrico 2007-2012*. México: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat).
- COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA (CONAGUA), (2012). *Proyecto de factibilidad técnica y económica*. México.
- EL INFORMADOR (11 de julio de 2011). Entrevista realizada a la Secretaría de Turismo.
- HERNÁNDEZ, A. J. Y O. VELÁZQUEZ (26 de abril de 2012). “Teoría del desarrollo endógeno”. *Periódico El Parral*.
- MARTÍN URBANO, P. (2005). “El papel de las infraestructuras Públicas en el Desarrollo Regional”. *Revista Nóesis, Desarrollo y Política Regional*, 15 (27): 45-67.
- PEÑA SÁNCHEZ, A. R. (2006). “Teorías explicativas de las disparidades económicas espaciales”, en A. R. Peña Sánchez, *Las disparidades económicas intrarregionales en Andalucía* (pp.: 15-110).
- POLÈSE, M. (1994). *Economía Urbana y Regional. Introducción a la relación entre territorio y desarrollo* (1ª ed.) (C. Barragán y S. Pérez Mendoza, Trads.) París: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA (2007). “Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012”. Recuperado en marzo de 2013, de Plan Nacional de Desarrollo: <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/index.php?page=documentos-pdf>
- PROYECTO TURÍSTICO CHALACATEPEC 2ª etapa (2012). México.
- SHELLHORN, M. (2010). “Development for who? Social justice and business of ecotourism”. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (1): 115-135.
- SECRETARÍA DE PLANEACIÓN DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO (S.F.). “PLAN REGIONAL DE DESARROLLO 2030. Región 09 Costa Norte”. Recuperado en marzo de 2013, de Seplan: <http://seplan.app.jalisco.gob.mx/files2/emaps/PlanesRegionales/Region%2009%20Costa%20Norte.pdf>
- SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR) (S.F.). “Secretaría de Turismo”. Recuperado en marzo de 2013, de: <http://www.sectur.gob.mx/>
- TORRUCO MARQUÉS, M. (2009). “Carta al Presidente de la República”. Recuperado en marzo de 2013, de Confederación Nacional Turística: <http://www.confederacion.org.mx/pagina.asp?IDPagina=50>
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2002). *Endogenous Development. Networking, innovation, institutions and cities*. Londres: Routledge.
- WOO GÓMEZ, G. (2002). *La Regionalización. Nuevos Horizontes para la Gestión Pública*. México: Universidad de Guadalajara/ UCLA Program on México/Centro Lindavista.



# **Importancia de la contabilidad y la fiscalidad ambiental: situación actual y alternativas de instrumentación en el subsector turismo de México**

PABLO SANDOVAL CABRERA  
MELCHOR OROZCO BRAVO  
NATIVIDAD COVARRUBIAS TOVAR

---

## **La importancia del turismo y sus efectos medioambientales**

La relevancia del turismo en las últimas dos décadas<sup>1</sup> en la economía mundial y en economías nacionales como la mexicana es innegable, no solamente por su participación en el Producto mundial, cercana a 8% en promedio en los últimos 12 años, sino también por ser una de las actividades económicas en que mayores empleos se generan, convirtiéndose en una alternativa relativamente accesible de crecimiento económico para diversas comunidades del país, en especial para zonas en las que la pobreza derivada de la falta de inversión es una lacerante realidad. Ello, a pesar de que, paradójicamente muchos países como México se cuentan entre los más ricos en recursos naturales y son, al mismo tiempo, los que más restricciones encuentran para mantener tasas de crecimiento que se traduzcan en más y mejores empleos que posibiliten elevar la calidad de vida de su población.

---

<sup>1</sup> Con el advenimiento y el desarrollo de las vías y los medios de comunicación (la influencia del internet es innegable al respecto) la actividad turística recibió un fuerte impulso desde principios de los años noventa.

En el ámbito de la economía mundial, de acuerdo con cifras de la Organización Mundial del Turismo, éste genera cerca de 11% del PNB mundial y representa cerca de 13% de los gastos de consumo, sólo después de lo desembolsado en alimentos. Igualmente relevante es el peso que tiene en el empleo, que registra cerca de 260 millones de trabajadores en todo el mundo. Se estima que en los próximos 15 años, su peso en la economía mundial seguirá creciendo en 3,5% anual en promedio (OIT: 2003).

En México, la importancia del turismo no es menor, pues representa cerca de 8.2% del Producto Interno Bruto y genera más de 2.4 millones de empleos remunerados, es decir, más de 6% del empleo total, de acuerdo con la cuenta satélite de turismo 2003-2006<sup>2</sup> (INEGI); pero lo más notable es que define el perfil socio productivo de muchas de las regiones del país, en particular de aquellas relacionadas con el turismo de playa y religioso, por lo que tiene una importancia indiscutible en la dinámica económica de muchos municipios y regiones.

Sus efectos positivos se manifiestan, además, al evitar la emigración de la población local, fomentar el intercambio cultural entre regiones y países y la mejora del nivel socioeconómico de la población local, entre otros. Pero también tiene efectos nocivos, al generar externalidades negativas (deseconomías externas), o lo que Jacobs,<sup>3</sup> parafraseando la idea de la mano invisible de Adam Smith, denomina los efectos del

codo invisible: cuando uno se mueve para buscar sus intereses, da golpes a otros en un movimiento del que, a veces, se puede ser muy consciente (como cuando una empresa es un claro ejemplo de contaminación local), pero del que muchas veces se es inconsciente (como cuando la decisión de un individuo contribuye de forma mínima, casi imperceptible, a agravar un problema ecológico global).

Entre estos efectos negativos podemos mencionar los siguientes:<sup>4</sup>

- Aumento desmedido en el consumo de suelo, agua y energía.
- Destrucción de paisajes debido a la creación de infraestructura y de edificaciones para hospedaje.
- Modificación de los ecosistemas y la pérdida de recursos bióticos.
- Excesiva producción de residuos sólidos, aguas residuales y contaminación de suelo y aire.

<sup>2</sup> Ciertamente, la dinámica del sector se ve favorecida, como la economía en su conjunto, por la vecindad que se tiene con la mayor economía del mundo (EU). De hecho, cerca de 50% de los turistas foráneos tiene su origen en este país ("Tendencias y políticas en turismo 2010": [www.oecd.org/10/09/2010](http://www.oecd.org/10/09/2010)).

<sup>3</sup> M. Jacobs. *La Economía Verde*, Icaria, Barcelona España, 1997.

<sup>4</sup> De paso, sirva la presente reflexión para acabar con algunas falsas ideas a partir de las cuales se han acuñado adjetivaciones peligrosas en torno al turismo, por ejemplo: "el turismo es la industria sin chimeneas", "el turismo es la industria limpia", entre otras.

- Pérdida de valores tradicionales y de la diversidad cultural.
- Incremento de la prostitución infantil, por el auge del turismo sexual.
- Expansión del narcotráfico.

Todos estos males<sup>5</sup> propiciados por un modelo turístico intensivo en el consumo y la explotación de los recursos medioambientales “contribuyen al cambio climático, las lluvias ácidas y a la formación de ozono troposférico” (Santamaría, 2005). El modelo turístico vigente desde la época de la posguerra llamado de “sol y playa”<sup>6</sup> también conocido como el modelo de las cinco S (*sea, sun, soil, sex, sold*), sustentado en el consumismo y en la explotación irracional de los recursos medioambientales es, a todas luces, insostenible y plantea mayúsculos retos a las comunidades locales, a los gobiernos y a las instituciones supranacionales, por los efectos medioambientales que provoca y porque muchos de los ecosistemas nacionales (por ejemplo, la Amazonía brasileña o los bosques y selvas del África Central) se conciben como bienes públicos mundiales gracias al papel que cumplen en el procesamiento de las emisiones de bióxido de carbono y, por tanto, en el mantenimiento del clima mundial. El cambio en el paradigma económico dominante hoy en día, y del paradigma turístico en particular, ocupa la atención de gobiernos y organismos mundiales en la perspectiva de encontrar una solución a lo que se conoce como el dilema de la “tragedia de los comunes” cada vez más cercana, al parecer, debido al rápido cambio climático que parece acercarnos a un umbral crítico en el que se está causando un daño permanente e irreversible en los ecosistemas mundiales.

¿Cómo cambiar el estado de las cosas?, ¿cómo romper con la inercia a que conduce la tentación del rápido e ilusorio crecimiento a costa de la pérdida irreversible de riqueza medioambiental?, ¿cómo incidir en el necesario cambio de conductas que se traduzcan también en cambios en los hábitos de consumo y producción turísticos?, ¿qué puede aportar la economía para la solución de estos problemas? Las respuestas a estas interrogantes no son nada sencillas; sin embargo, en este ensayo tratamos de acercarnos, desde distintas perspectivas, a las posibles respuestas. Desde la perspectiva de la economía ambiental, así como desde la de la teoría de la agencia (también conocida como teoría del agente y el principal) ubicada en el campo del neoinstitucionalismo.

Tres son los senderos que exploraremos en el acercamiento a la problemática planteada: primero abordaremos el análisis de los problemas contables que plantea el tratamiento económico de los recursos naturales y de los servicios

---

<sup>5</sup> En la teoría microeconómica se dice que las actividades productivas, no solamente generan bienes, sino también males, como desechos y contaminación ambiental, entre otros (véase H. Varian. *Análisis Microeconómico*, Antoni Bosh, Barcelona España, 1993).

<sup>6</sup> Para muestra baste decir que la región mediterránea, con 46 mil kilómetros de costa, es el principal destino turístico mundial, con cerca de 180 millones de turistas... y registra también los mayores grados de contaminación.

que presta la naturaleza, al no ser comercializables muchos de estos bienes y servicios medioambientales, lo que dificulta su expresión monetaria y, por consecuencia, su valoración y su cuantificación. En segundo lugar, planteamos la posibilidad de incidir en el cambio en los patrones de producción y consumo de bienes y servicios turísticos por la vía de la fiscalidad ambiental que, aunque no sin dificultades, parece ser una alternativa para contener la pérdida de recursos bióticos y la contaminación causada por el turismo al incidir en las conductas de los agentes económicos. En un tercer momento, planteamos la posibilidad de ampliar el marco explicativo concibiendo los problemas de aplicación de políticas y medidas fiscales de corte ambiental, como un problema de agencia, es decir, de inoperancia o ausencia de contratos entre el principal (el Estado como el ente representante del interés colectivo y quien impone la medida) y el agente (empresas y consumidores individuales que deben instrumentar y acatar la medida) y quienes en la perspectiva de buscar su interés individual conducen a resultados no óptimos desde el punto de vista social.

Consideramos que, a partir de esta primera reflexión, se puede abrir un nuevo campo de análisis en torno de los problemas que se presentan para la sustentabilidad del turismo en una perspectiva de largo plazo y en la búsqueda de soluciones a tales problemas. En este sentido intentamos plantear, al final, algunas rutas de exploración relativamente nuevas que podrían conducirnos a novedosas respuestas.

## **Contabilidad ambiental: el problema de la valoración y la cuantificación de los bienes y servicios medioambientales**

Convencionalmente se ha utilizado el Producto Interno Bruto (PIB) o Producto Nacional Bruto (PNB), según sea el caso, para medir la dinámica económica de un país o región en un periodo de tiempo y espacio determinados (mes, trimestre, año, municipio, estado, país, región etcétera). Es, a la vez, un primer indicador, en su versión *per cápita*, del grado de bienestar material que podría tener un habitante promedio. Sin embargo, muchos economistas y estudiosos de las ciencias sociales han criticado su utilización con estos fines, pues no da cuenta de la dispersión que guarda la distribución de la riqueza y, por tanto, de las disparidades que en términos de bienestar pudieran existir en una sociedad determinada.

Un problema aún mayor que atañe al uso de este indicador es que solamente registra actividades de mercado, es decir, bienes y servicios comercializables y deja de lado aquellos que no tienen una expresión crematística, tales como el trabajo doméstico, el ocio y gran número de bienes y servicios que aporta la naturaleza.

Por tales razones representa un subregistro de la dinámica real de una economía e induce a cometer errores en el uso eficiente de los recursos disponibles (en particular los naturales) en el espacio y el tiempo.

Las cuentas económicas convencionales que se elaboran conforme los principios descritos, en consecuencia, también presentan varias deficiencias en el manejo de los bienes y servicios que aporta la naturaleza, entre otros:

1. No registra las pérdidas de “activos ambientales”, ni su depreciación o daño.
2. No resuelven la grave confusión relacionada con los gastos defensivos (de combate a la contaminación), al contabilizarlos como ingresos y no como costos.
3. Ignoran los servicios de calidad ambiental (*environmental quality services*) que, en el caso del turismo, son de singular relevancia; entre otros, los relacionados con la recreación, el ocio y el impacto visual estético.
4. Por estas omisiones, el modelo de crecimiento económico y, en particular, el modelo turístico dominante están muy lejos de propiciar un patrón de desarrollo sustentable, entendiéndose por ello aquel que toma como referencia “el máximo monto que puede ser consumido por la generación actual mientras se asegure que las generaciones futuras pueda tener un estándar de vida al menos tan alto como la actual generación”, en tanto entendemos por turismo sustentable, “aquel cuya viabilidad en una determinada zona se puede mantener por un periodo de tiempo indefinido sin reducir la capacidad de las comunidades locales de satisfacer adecuadamente sus necesidades *en una perspectiva intergeneracional*” (Fuenmayor, *et al.*, el subrayado es nuestro).

Habría que reconocer que en el campo de la teoría económica mucho se ha hecho en los últimos 50 años para resolver los problemas de subregistro contable y los efectos nocivos que acarrea sobre el medio ambiente el crecimiento económico. Destacan los trabajos de Ronald Coase (1960) sobre las externalidades y los problemas de propiedad asociados con los fallos de mercado, que constituyen una primera aproximación para solucionar tales cuestiones, en la medida en que el problema ambiental, en lo fundamental (desde la perspectiva de Coase), reside en la ausencia de un mercado de bienes ambientales. La solución consistiría en crear un mercado de bienes y servicios medioambientales, lo que sería posible generando derechos de propiedad sobre ellos. Sin embargo, se ha comprobado que la determinación de derechos de propiedad no resuelve el problema ambiental, sino que incluso puede agravarlo en muchos de los casos.

## La fiscalidad ambiental y su aplicación al turismo

La fiscalidad ambiental es relativamente reciente en el mundo, se remonta a los años setenta de manera más extensiva en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Los casos más connotados fueron los sistemas de gestión del agua en Francia y Holanda y los impuestos al uso de combustibles fósiles en algunos países europeos como Finlandia, Noruega y Suecia. Sin embargo, en los últimos quince años, el uso de instrumentos fiscales (impuestos, derechos y subsidios) ha crecido de manera sorprendente, no sólo en los países desarrollados, sino también en muchos países emergentes.<sup>7</sup> Uno de los casos más recientes y más polémico, fue el de la aplicación de una ecotasa turística en las Islas Baleares en la España insular, con resultados no tan satisfactorios, lo que a la postre determinó su desaparición.

En México, desde el año 2001 se viene discutiendo una iniciativa de Ley de Impuestos Ambientales de carácter limitado y que básicamente aborda el pago de uso y disfrute de ciertos bienes y atractivos naturales y que por su limitado alcance no ha tenido mayores repercusiones en las conductas y prácticas relativas al medio ambiente. Antes de abordar el caso mexicano es importante revisar la experiencia que los países de la OCDE han tenido y de algunas recomendaciones que pueden extraerse de esta experiencia.

De acuerdo con J. P. Barde (13: 2002), el camino hacia la sustentabilidad en el desarrollo económico de las naciones “requiere la integración entre las políticas económicas y ambientales”, lo que demanda la realización, entre otras cosas, de una reforma fiscal integral que considere el aspecto ambiental como una parte fundamental; de otra manera, las políticas ambientales tendrán carácter reactivo o compensatorio, en el mejor de los casos.

El mismo autor expone las bondades que ofrecen el diseño y la aplicación de los impuestos ambientales como uno de los instrumentos económicos de carácter ambiental más eficientes y efectivos. Algunas de las ventajas que Barde (*ibídem*: 14-17) destaca son las siguientes:

1. Los impuestos, derechos o cargos permiten alcanzar los objetivos planteados

---

<sup>7</sup> En la historia de la fiscalidad ambiental podríamos hablar de políticas ambientales de primera y segunda generaciones, asociadas éstas con medidas de corte reactivo pretendiendo la “corrección” del daño ambiental mediante la aplicación de normas de emisión y vertido, de proceso y de calidad ambiental, las que propiciaban un uso intensivo de los recursos naturales y desincentivaban la generación de empleos y, más recientemente, se han diseñado políticas fiscales de tercera generación, más integradas, que hacen posible internalizar los costes externos ambientales durante todas las fases del ciclo de vida del producto y se conciben en el contexto de estrategias de fiscalidad más claras que aseguran el doble dividendo de protección proactiva del medio ambiente y la generación de empleo (Jiménez Herrero, Luis M. “Bienvenidos Impuestos”. *Rev. Ecosistemas*, 18, 1996, España).

de la manera menos costosa, lo que se logra al igualar el impuesto con los costos marginales de su abatimiento.

2. Es posible alcanzar un ajuste automático entre grados de emisión y el impuesto, hasta el punto en el que el coste marginal de abatir se iguala al impuesto.
3. Los impuestos hacen posible la internalización de las externalidades en la medida en que los que contaminan están obligados a pagar los impuestos, cargos o derechos.
4. Se generan beneficios ambientales y económicos en la medida en que el cobro de impuestos se traduce en mayores ingresos y al mismo tiempo se incide en el comportamiento al crear incentivos favorables a la reducción del impacto negativo sobre el medio ambiente.
5. Finalmente, se favorece la integración de la cuestión ambiental en las políticas sectoriales, dado que el cobro de impuestos ambientales propicia que aquellos que contaminan integren los impuestos a sus funciones de costos.

Ahora bien, no solamente el cobro de impuestos es favorable a la preservación del medio ambiente, también la eliminación de subsidios puede ayudar al logro de objetivos ambientales, sobre todo si la existencia de éstos incrementa el consumo o la producción de productos altamente contaminantes, como es el caso de los combustibles. Al respecto, estudios de la Agencia Internacional de Energía demuestran que si los subsidios a la energía en siete países en desarrollo se eliminaran, la producción de energía se reduciría 12.8%, la ganancia en eficiencia sería de 0.76% y la disminución de emisiones de CO<sub>2</sub> sería de 15.94% (*ibídem*: 17).

Algunas recomendaciones que derivan de la experiencia tenida en países de la OCDE y que es necesario tener en cuenta en la instrumentación y la aplicación de impuestos ambientales son las siguientes:

1. El impuesto ambiental debe estar directamente relacionado con el problema medioambiental que se pretende resolver, pues de otra manera no se podría cumplir con el objetivo de influir en la modificación de conductas de los agentes económicos. Debemos recordar que estos impuestos tienen la característica parafiscal de que además de cumplir una función recaudatoria, se pretende que afecten favorablemente la conducta del contribuyente (Cortina, 2005).
2. Se debe determinar la etapa en la que se aplicará la carga fiscal. No tiene el mismo efecto un impuesto al consumo o la producción final, que en una etapa intermedia.
3. Como el efecto del impuesto sobre el consumo depende de la elasticidad del precio de la demanda del bien en cuestión, es recomendable aplicar el impuesto sobre demandas de precio elásticas en la perspectiva de sustituir el consumo de un bien contaminante por otro menos perjudicial.
4. Se debe tomar en cuenta, de igual forma, el nivel del incentivo respecto de su efecto en la reducción de la contaminación, de tal suerte que al ser más eficien-



te el impuesto ambiental se reducen las emisiones o los daños ambientales al mismo tiempo que la base gravable se va estrechando y la recaudación resulta también cada vez menor. A este respecto debe quedar claro que el objetivo principal del impuesto ambiental debe ser, por encima de otras pretensiones, el mejoramiento del estado de los recursos naturales (*ibídem*: 25).

Una de las razones de rechazo a los impuestos ambientales deriva de su efecto negativo en la competitividad, tal como ocurrió con la aplicación de la ecotasa en las Islas Baleares. En este aspecto se deben considerar los siguientes principios para no afectar la competitividad: en principio, la aplicación de impuestos ambientales debe formar parte de una Reforma Fiscal Integral que considere también la eliminación de aquellos impuestos que tienen un impacto negativo en términos de eficiencia, de tal suerte que a la vez que se reducen algunos (por ejemplo, sobre el trabajo), se aplican otros sobre el uso de ciertos recursos medioambientales, lo que permite mejorar la economía, los niveles de empleo y la utilización más racional de los recursos naturales.

En segundo lugar, la aplicación del nuevo impuesto debe ser clara para todos, sencilla y de bajo costo y debe sustentarse en un acuerdo social a la vez que aplicarse de forma gradual. En tercer lugar, de preferencia se deben eliminar las exenciones totales y sustituirlas por tasas impositivas indexadas con grados de emisiones. Por último, se deben regresar los recursos a los contribuyentes sin afectar los incentivos, es decir, sin que su retorno nulifique el efecto que tuvo con anterioridad en la conducta del contribuyente.

## El pago de impuestos y derechos ambientales en México

En el sector turismo, la aplicación de impuestos y el cobro de derechos por el uso y el disfrute de bienes ambientales se enfrentan a los dos principales problemas que hemos mencionado: el de la valoración y el de la cuantificación. No es gratuito el hecho de que la legislación ambiental en México, típicamente de primera y segunda generaciones, haga referencia esencialmente al pago de derechos más que al de impuestos ambientales.

A pesar de ello, el cobro de derechos no está exento de los problemas citados. Al respecto, la Ley Federal de Derechos menciona que “para poder establecer los costos que hay que pagar por el uso de bienes públicos es necesaria una evaluación económica” y, ciertamente, no existe una metodología establecida para determinar el costo real que, al mismo tiempo, refleje el deterioro que sufren estos bienes al ser

usados (Cortina, 2002). Ejemplos de ello son los cobros de derechos<sup>8</sup> que aparecen en la legislación existente sobre la materia, relacionados con los arrecifes y su uso con fines turísticos, el uso, goce y aprovechamiento no extractivo de elementos naturales de los parques marinos, el cobro de derechos por el aprovechamiento extractivo de la fauna marina en zonas federales y el cobro de derechos de pernocta en áreas naturales protegidas. Todos, recursos naturales que tienen un valor por su uso turístico y otro por los servicios medioambientales que prestan.

Para justificar el cobro de impuestos o derechos por uso de estos bienes es imprescindible disponer de información relativa al valor que representan para el turismo, el valor de la riqueza biótica que lo habita y sobre los servicios medioambientales que aportan, entre otros, la generación de oxígeno, la absorción de emisiones de CO<sub>2</sub> y los servicios de recreación estética. Como no es posible contar con dicha información, se dificulta el cobro de una “tarifa ambiental” que garantice los recursos necesarios para mantener el recurso, evitando correr el riesgo de caer en situaciones de impugnabilidad en los tribunales por falta de equidad o proporcionalidad en su cobro. Por ende, solamente se establecen cuotas irrisorias por el uso y el disfrute de estos recursos que, en el caso de los arrecifes, es de 20 pesos.

## La ecotasa turística

La ecotasa turística aplicada inicialmente en las Islas Baleares de la España insular es otra prueba fehaciente de los problemas que enfrenta la fiscalidad ambiental y que ponen en riesgo la sustentabilidad del turismo. Este impuesto surgió por iniciativa de los socialistas verdes y nacionalistas que gobernaban en coalición la región de las Islas Baleares en 2001. Consistía en la aplicación de una ecotasa a los establecimientos de hospedaje que se movía en un rango de dos euros (para hoteles y apartamentos de cinco estrellas) hasta 0.25 euros para el agroturismo. Se pretendía que los recursos captados se destinarían, en forma exclusiva, a mejorar la actividad turística y a la preservación del ya deteriorado medioambiente que estaba al límite de su capacidad de carga al soportar la presión ecológica de 11 millones de turistas al año, en promedio.

Como era de esperarse, la medida fue impugnada en tribunales por los empresarios locales y finalmente derogada en 2003. Las razones fueron diversas,

<sup>8</sup> Al respecto véase: 1) Decreto por el que se Expide la Ley de los Impuestos Ambientales (www.presidencia.de la republica.gov.mx) y 2) Francisco Giner de los Ríos. “La Política Fiscal En México y las Iniciativas de Impuestos y Derechos Ambientales Discutidas y Aprobadas por el Congreso en diciembre de 2001” (En Graciela Moreno Arellano, Paola Mendoza Sánchez y Sara Ávila Forcada (compiladoras). *Impuestos Ambientales: Lecciones en países de la OCDE y Experiencias en México*, INE\_SEMARNAT, México 2002.)

entre otras, por el hecho de que “presentaba un vínculo difuso, al no evaluar el daño ambiental generado ni relacionarlo con un hecho imponible bien motivado” (Gago y Lavandería: 2001), además propiciaba la discriminación impositiva al considerar, en un contexto de federalismo fiscal, la exención impositiva en aquellas zonas en las que se quisiera fomentar la actividad turística al no estar ésta previamente desarrollada.

Pero hay una crítica adicional que tiene que ver con la progresividad del impuesto. Fue imposible establecer un vínculo entre los contribuyentes que acuden a alojamientos de mayor categoría (y que pagan una tasa mayor) y mayor contaminación (Fuenmayor *et al.*, 2003). Es decir, era imposible conocer los grados de contaminación y de uso de recursos naturales (como agua, por ejemplo) que justificaran la progresividad de la tarifa, porque existían problemas de información asimétrica, lo que daba lugar a la existencia de Riesgo Moral al buscar cada agente económico (en particular los turistas) su propio bienestar personal en detrimento de los objetivos planteados por el agente promotor de la ecotasa —el gobierno—, haciendo imposible alcanzar los objetivos medioambientales previamente trazados.

## Los problemas del principal y el agente y la ineficiencia de la fiscalidad ambiental

Además de los problemas contables en la aplicación de impuestos ambientales, muchos de fiscalidad ambiental se presentan como situaciones de información asimétrica y riesgo moral, característicos de agencia (principal y agente).

La teoría de la agencia plantea que en la búsqueda del deseo maximizador de los agentes económicos (que se supone son racionales y buscan maximizar su utilidad) se impide, en muchos casos, el logro de objetivos de bienestar colectivos. Esto ocurre principalmente por la existencia de problemas de información asimétrica entre agentes económicos, es decir, situaciones en las que uno de los agentes sabe algo que el otro desconoce, como es el caso de las relaciones entre el patrón (principal) y el trabajador (agente). Este último puede conocer mejor la calidad del producto o tener una idea mucho más clara de cómo producir el producto y a los trabajadores productivos y eficientes les gustaría que se les conociera como tales, pero a los otros trabajadores también y, como el patrón (agente) no tiene la suficiente información y obtenerla representa un costo muy alto (de administración y supervisión), no puede distinguir a unos de otros, lo que podría inducirlo a premiar la ineficiencia, desincentivando, a largo plazo, la mejor conducta del buen trabajador (a esto se le conoce como riesgo moral y selección adversa). Otra alternativa es establecer, por medio de un contrato, incentivos para

favorecer conductas de mayor compromiso hacia la empresa, como pueden ser esquemas de permanencia mediante complementos salariales por antigüedad, sistemas transparentes de promoción interna, privilegios de rango, etcétera.

En el terreno del neoinstitucionalismo y la teoría de la agencia, los contratos son la parte esencial en la búsqueda del óptimo social, pues permiten vincular “jurídicamente, derechos, competencias y obligaciones de las partes contratantes, así como el reparto de los beneficios obtenidos. Es decir, son considerados como reglas de juego” (Cheung, 1983; Fama/Jensen 1983; Fama 1980).

Ahora bien, los contratos son por naturaleza imperfectos y las partes lo saben. Ello se debe a la información imperfecta, a la incertidumbre asociada a las circunstancias futuras que definirán las responsabilidades asumidas, así como a los costes que tendrán que asumirse para allegarse mayor información. Por esta razón, regularmente el principal adiciona mecanismos de incentivos y control que compensen en parte esta imperfección en los contratos.

En los comportamientos de producción y consumo de bienes y servicios ambientales en el turismo se presentan continuamente situaciones de agencia, entre oferentes de servicios (principal) y demandantes o usuarios de servicios (agentes); por ejemplo, cuando en la búsqueda de máxima satisfacción el agente (turista) no hace un uso racional del agua a pesar de las recomendaciones hechas por el principal (oferente) o, en caso contrario, no dispone de los mecanismos para detectar a aquellos que sí hacen un uso racional del agua, es decir, se presentan problemas de información asimétrica y de riesgo moral por las dificultades que existen en la identificación de las conductas de consumo de los turistas. De esta forma, el oferente (principal) de servicios turísticos establece una tarifa única, en la que no distingue a un tipo de turista de otro, con lo que socialmente se incurre en una situación no óptima, ni social ni económicamente.

A este tipo de problemas se enfrenta la fiscalidad ambiental cuando el impuesto que se debe aplicar no está directamente vinculado a un problema ambiental específico y no se establecen mecanismos adicionales que permitan identificar a quienes sí manifiestan conductas favorables a la preservación ambiental, de aquellos que no.

Los casos vistos aquí de la ecotasa balear y del establecimiento de pagos por derechos de uso y disfrute de recursos naturales pueden ser analizados como problemas de agente y principal.

El Estado, como representante del interés colectivo (principal), trata de propiciar conductas en los turistas (agentes) favorables a la sustentabilidad y para ello establece impuestos y derechos por uso y/o disfrute de los bienes públicos, pero ocurre que los esquemas de aplicación de la medida fiscal (que hace las veces de contrato) son difusas respecto a los problemas medioambientales que se pretende paliar. Tampoco establece tratos diferenciados para aquellos agentes que sí practican conductas favorables a la sustentabilidad. De tal suerte, se presentan

situaciones de información asimétrica, pues el agente (el turista) sabe cuándo contamina y consume, y el principal (Estado o empresario), no. La consecuencia es que se trata igual a los diversos agentes (los que contaminan y los que no), lo que desincentiva a aquellos que sí se preocupan por la preservación medioambiental. Ante este escenario, al principal (Estado y/u oferentes de servicios) le corresponde establecer incentivos que premien las conductas favorables a la medida ambiental, por ejemplo, mediante el otorgamiento de descuentos, premios y/o castigos.

## Conclusiones

Los problemas medioambientales están relacionados con la vigencia de un modelo económico y turístico intensivo y extensivo en el uso de recursos naturales, por lo que dicho modelo es ya insostenible y se empieza a constituir en una traba al desarrollo de largo plazo.

En la perspectiva de propiciar un cambio radical en la orientación del modelo de las cinco S, o modelo de sol y playa, se han instrumentado diversas políticas tendientes a modificar las conductas que definen la relación de los agentes con el medio ambiente y buscan incentivar comportamientos favorables a la preservación, el cuidado ambiental y el uso más racional de los recursos bióticos y no bióticos que constituyen los sistemas y subsistemas ecológicos.

El camino seguido ha sido complicado y se han enfrentado diversos obstáculos en el tránsito hacia un modelo de desarrollo sustentable. Por una parte se presentan problemas de contabilidad ambiental relativos a la valoración crematística y a la cuantificación de muchos recursos y servicios medioambientales, aspecto necesario para establecer la carga impositiva o el pago por el daño en que se incurre en el consumo o la producción de un bien o servicio (litorales, paisajes, recursos bióticos, energéticos, etcétera). Por otra parte, la fiscalidad ambiental no se ha instrumentado con la profundidad y los consensos necesarios y está lejos de representar una propuesta integral y de largo plazo. Entre las omisiones cometidas, en el caso particular de México, se cuentan las siguientes:

1. Sigue dominando la idea de que el crecimiento económico y de actividades como el turismo, puede seguirse dando de manera indefinida explotando los recursos ambientales. De tal suerte, el modelo de liberalización económica continúa apoyando proyectos de inversión, producción, consumo y distribución de bienes y servicios contrarios a cualquier intento de sustentabilidad.
2. Los esfuerzos realizados en la línea de la sustentabilidad han sido insuficientes y con escaso compromiso hacia el cambio sustancial en el modelo de desarrollo vigente (sirva de muestra la pobre, en contenidos e intenciones, Ley de Impuestos Ambientales propuesta al Congreso de la Unión en el año 2001).

3. La mayor parte de los instrumentos fiscales relacionados con el medio ambiente representa una cifra raquítica de no más de 3% de la recaudación total, y en su mayoría se relacionan con el transporte (combustible y vehículos de motor).
4. La falta de consenso en el diseño y la puesta en marcha de instrumentos de fiscalidad ambiental ha propiciado resistencias y conductas evasivas que en nada favorecen el éxito de la medida.
5. La poca claridad en los propósitos, en la vinculación de la medida fiscal con los problemas ambientales específicos y la ausencia de gradualidad en su aplicación desincentivan las conductas favorables a la sustentabilidad y ubican a nuestro país en un *ranking* de primera y segunda generaciones en el ámbito de la fiscalidad ambiental.
6. La imposibilidad para distinguir entre los agentes económicos que presentan conductas favorables a la sustentabilidad y aquellos que no (por asimetrías de información), dificulta la aplicación equitativa de la medida y fomenta el desarrollo de conductas contrarias a todo esfuerzo de sustentabilidad al dar trato igual a todos y propiciar la búsqueda del beneficio personal en detrimento del beneficio social (riesgo moral).
7. La teoría microeconómica aporta alternativas de análisis de estos fenómenos económicos mediante la teoría de la agencia. Esta perspectiva establece que la clave para reducir los problemas de asimetría en información y el riesgo moral entre el principal (el impulsor de la medida fiscal, en este caso el Estado) y el agente (empresas y consumidores) estriba en la elaboración de contratos sociales (la Ley, en este caso) acompañados de esquemas de incentivos y señales que convengan a los agentes de que el beneficio por asumir conductas de producción y consumo sustentables es mayor a los costos que asumirían con prácticas distintas.
8. Esta línea de análisis aplicada a los problemas de fiscalidad ambiental en el turismo y en otros sectores económicos apenas comienza y la intención de este ensayo fue plantear algunas de las posibilidades analíticas que ofrece y que, por supuesto, deben ser ampliamente exploradas.

Sin duda, los problemas ambientales tienen una proyección intergeneracional y por ello deben ser analizados desde una perspectiva integral y con alto contenido axiológico. Huelga decir que lo que dejemos de hacer en el presente para resolver o mitigar los efectos que el cambio climático está teniendo en el ámbito global y sobre países y regiones, repercutirá en la calidad de vida de los que están por venir. Ciertamente, al constituir un problema global requiere soluciones también globales; sin embargo, cada país tiene sus opciones que pueden abonar en la búsqueda, entre otras, disponer de mayor y mejor información para la toma de decisiones en materia ambiental, integrar a las funciones básicas de consumo y producción los costos ambientales, así como recurrir a las alternativas fiscales para modificar las conductas de los agentes económicos.

## Bibliografía

- AZQUETA, D. (2002). *Introducción a la economía ambiental*. España: Mc Graw HillInteramericana.
- BARDE, J.P. (2002). “Historia y evolución de los instrumentos fiscales relacionados con el medio ambiente en los países de la OCDE”, en G. Moreno Arellano, P. Mendoza Sánchez y S. Ávila Forcada (Comps.), *Impuestos ambientales. Lecciones en países de la ocde y experiencias en México*. México: Instituto Nacional de Ecología, Semarnat.
- BRAATHEN, N.A. (2002). “Diseño y eficacia de los impuestos ambientales. Lecciones de países de la OCDE”, en G. Moreno Arellano, P. Mendoza Sánchez y S. Ávila Forcada (Comps.), *Impuestos ambientales. Lecciones en países de la OCDE y experiencias en México*. México: Instituto Nacional de Ecología, Semarnat.
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (2001). *Equidad, desarrollo y ciudadanía*, t. I. CEPAL-Alfaomega, Colombia.
- CORTINA, S. (2002). “El diseño de instrumentos fiscales en la legislación mexicana y su aplicación hacia objetivos ambientales”, en G. Moreno Arellano, P. Mendoza Sánchez y S. Ávila Forcada (Comps.), *Impuestos ambientales. Lecciones en países de la OCDE y experiencias en México*. México: Instituto Nacional de Ecología, Semarnat.
- DALY, H.E. Y J.B. COOB JR. (1993). *Para el bien común. Reorientando la economía hacia la comunidad, el ambiente y un futuro sostenible*. México: Fondo de Cultura Económica.
- DURÁN, G. Y S.M. RUESGA (1996). “Nuevos instrumentos para el análisis económico: La contabilidad ambiental”, *Boletín Económico de ICE*, Núm. 2484, enero-diciembre.
- FAMA, E.F. Y M.C. JENSEN (1983). “Agency Problems and Residual Claims”, *Journal of Law and Economic*, 26, 327-349.
- FAMA, E.F. Y M.C. JENSEN (1983). “Separation of Ownership and control”, *Journal of Law and Economic*, 26 (2), 301-325.
- FUENMAYOR, A., R. GRANELL Y F.J. HIGÓN (2003). “Turismo sostenible y fiscalidad ambiental”. X Encuentro de Economía Pública, España.
- GINER, F. (2002). “La política fiscal en México y las iniciativas de impuestos y derechos ambientales discutidas y aprobadas por el Congreso en diciembre de 2001”, en G. Moreno Arellano, P. Mendoza Sánchez y S. Ávila Forcada (Comps.), *Impuestos ambientales. Lecciones en países de la ocde y experiencias en México*. México: Instituto Nacional de Ecología, Semarnat
- HEILEMAN, U. ET AL. (2001). “Sustainable Development”, CEIES Decennial Conference, Sigma.
- HOEHN, J.P. Y D.R. WALTER (1993). “When prices miss the mark: method for valuing environmental”, *Policy Brief*, Núm. 3, August.

- JACOBS, M. (1997). *La economía verde*. Barcelona España: Icaria.
- LEIPERT, CARL (1994), "Los costos sociales del crecimiento económico", en F. Aguilera y V. Alcántara (Comps.), *De la economía ambiental a la economía ecológica*. Barcelona: Fuhem/Icaria.
- MANSSUR, C. (1992), "Polarización económica y desarrollo sustentable", *Problemas del Desarrollo*, octubre-diciembre, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- MARTÍNEZ, J. Y J. ROCA. (2000). *Economía ecológica y política ambiental*. México: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)/Fondo de Cultura Económica.
- MORENO, G., P. MENDOZA Y S. ÁVILA (Comps.)(2002). *Impuestos ambientales. Lecciones en países de la OCDE y experiencias para México*. México: Instituto Nacional de Ecología, Semarnat.
- NORDHAUS, W.D. Y E.C. KOKKELENBERG (2000). "Nature's Numbers: Expanding the National Economic Accounts to Include the Environment", *Land Economics*, Vol. 76, Núm. 3, pp. 486-490.
- NORDHAUS, W.D. AND J. TOBIN (1972). "Is Growth Obsolete?". En: W.D. Nordhaus and J. Tobin (Ed.), *Economic Research: Retrospect and Prospect Vol 5: Economic Growth*. Recuperado de <http://www.nber.org/chapters/c7620>.
- PÉREZ, A. Y SAN MARTÍN, E. (2004 ). "Recursos hídricos y contabilidad verde". En: P. Campos y J.M. Casado (Dirs.), *Cuentas ambientales y actividad económica*. España: Consejo General de Colegios de Economistas de España. Pp. 231-265.
- REPETTO, R. ET AL. (1989). *Wastig Assets. Natural Resources in the National Income Accounts*. New York: World Resources Institute.
- RODRÍGUEZ DE RIVERA, JOSÉ (1999) "Teoría de la agencia". Disponible en: [www2.uah.es/estudios\\_de\\_organizacion/temas\\_organizacion/teor\\_organiz/teoria\\_agencia.htm](http://www2.uah.es/estudios_de_organizacion/temas_organizacion/teor_organiz/teoria_agencia.htm).
- RONALD H. COASE. (1994). "El problema del coste social", en F. Aguilera y V. Alcántara (eds.), *De la economía ambiental a la economía ecológica*. Barcelona España: Fumen/Icaria.
- SANDOVAL, P. (2004). "Problemas y perspectivas en el diseño de un sistema de contabilidad ambiental", *Expresión Económica*, Núm. 12, enero-junio.
- SANTAMARTA, J. (2001). La ecotasa de Baleares un paso hacia el turismo sostenible. [www.Ecotasa%20en%20Baleares%20%20sostenibilidad.htm](http://www.Ecotasa%20en%20Baleares%20%20sostenibilidad.htm).
- SCHWARTZ, M., N. EAMONN Y N. BOYER (2002). "La emergente economía global del conocimiento". En *El futuro de la economía global. Más allá de un auge duradero*. México: IPN-OCDE.
- TUDELA, F. (1992). "La sustentabilidad del desarrollo", *Revista Problemas del Desarrollo*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- VARIAN, H. (1993). *Análisis macroeconómico*. Barcelona, España: Antoni Bosh.
- VOLKHEIMER, PABLO (S/F). "Economía de los recursos naturales", en: [www.cricyt.edu.ar/enciclopedia/términos/econoamb.htm](http://www.cricyt.edu.ar/enciclopedia/términos/econoamb.htm).



## Autores

### MÓNICA VELARDE VALDEZ

Profesora e investigadora de la Universidad de Occidente-Unidad Mazatlán, realizó estudios profesionales de Maestría en Administración en el ITESM y Doctorado en Estudios Organizacionales en la Universidad Autónoma Metropolitana. Tiene Especialidad en Turismo Sostenible por la Universidad de León, España. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores, pertenece al Cuerpo Académico Consolidado Análisis y Desarrollo Regional. En el ámbito académico se ha desempeñado como jefa del Departamento de Investigación y Posgrado, coordinadora de Maestría en Ciencias en Desarrollo Estratégico del Turismo y actualmente es coordinadora del Doctorado en Gestión del Turismo, inscrito en el PNPIC de Conacyt. Es miembro de la Red Nacional de Investigadores Conacyt Sociedad Civil y Calidad de la Democracia y de la Red Conacyt Pobreza y Desarrollo Urbano. Ha participado en diversas ocasiones como ponente en congresos nacionales e internacionales en España, India, Colombia, Brasil, Polonia y Costa Rica. Cuenta con diversas publicaciones como: libros, revistas indizadas y capítulos de libro.

### SALVADOR GÓMEZ NIEVES

Profesor e investigador de carrera titular del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara, México. Cursó la Licenciatura en Turismo, la Licenciatura en Economía y la Especialidad en Planeación de la Educación Superior por la Universidad de Guadalajara. Obtuvo la Maestría en Ciencias con especialidad en Planeación Turística por el Instituto Politécnico Nacional y el Doctorado en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara, posgrado inscrito en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del Conacyt, nivel de Competencia Internacional. Desde 2004 es miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Actualmente es jefe del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio del CUCEA. Ha sido profesor e investigador huésped en el Doctorado en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible de la Universidad de Málaga (España) y de varios posgrados que imparte el Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante (España); también ha hecho estancias de investigación en la Universidad de Costa Rica, sede El Caribe.

### URSULA ZULAWSKA

Profesora de tiempo completo y decana de la Facultad en Varsovia de la Academia de Ciencias Sociales de Lodz. Doctora en Economía por la UNAM y doctora habilitada en economía por la Universidad de Varsovia. Especializada en la economía de desarrollo, con interés especial en el desarrollo económico de los países de América Latina. Líder del grupo de investigación Gestión de Empresas Solidarias. Durante 38 años

ha sido profesora investigadora de la Universidad de Varsovia en Polonia y directora del Instituto de Países en Vías de Desarrollo de la Facultad de Geografía y Estudios Regionales; encabezó diversos proyectos de investigación en Latinoamérica, Polonia y África; realizó estancias académicas y de investigación en Perú, México, España, Inglaterra, Egipto, Chile, Argentina, entre otros. Ha participado en diversos congresos nacionales e internacionales. Publicaciones de libros, capítulos de libro y artículos, en colaboración con colegas de Universidades de México, Perú, Egipto.

#### **GINO BIAMONTE CASTRO**

Profesor e investigador en la Universidad de Costa Rica (UCR), licenciado en Turismo Ecológico en esta misma universidad. En el ámbito académico se ha desempeñado como profesor en la carrera de Turismo Ecológico en la UCR y coordinador de la carrera de Turismo del Colegio Universitario de Cartago. Ha sido investigador principal en proyectos del Consejo Nacional de Rectores (Conare) y consultor para la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) y para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en temas de sustentabilidad y desarrollo rural. Como director y presidente de la ONG Apreflofas (Asociación preservacionista de flora y fauna silvestre) ha dirigido varios proyectos de investigación-acción y generado en el ámbito nacional una nueva Ley de Conservación del Vida Silvestre, tres proyectos de Turismo Rural Comunitario y varias acciones a favor del ambiente. Ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales en Nicaragua, El Salvador, Ecuador, Colombia y México.

#### **EWA SZULE DABROWIECKA**

Doctora en Geografía, ha sido profesora investigadora en diversas instituciones como el Instituto de los Países en Vías de Desarrollo de la Universidad de Varsovia; actualmente se desarrolla en la Escuela Superior de Turismo y Recreación de la Universidad Vistula en Varsovia y está interesada en los problemas de turismo y de desarrollo regional. Encabezó diversos proyectos de investigación en Holanda, Latinoamérica y África; asimismo, realizó estancias académicas y de investigación en Ghana, Egipto, Inglaterra, Holanda, Perú y México. Organizadora de las prácticas profesionales para los estudiantes de turismo en Grecia, Malta, España y Chipre. Ha participado en diversos congresos nacionales e internacionales; cuenta con publicaciones de libros, capítulos de libro y artículos, en colaboración con colegas de universidades de Varsovia, Brighton y Ámsterdam.

#### **ALMA ALICIA AGUIRRE JIMÉNEZ**

Profesora e investigadora del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Tiene Licenciatura en Economía, Maestría en Administración y Doctorado en Crecimiento Económico y Desarrollo Sostenible. Pertenece al Cuerpo Académico Consolidado Población, Sustentabilidad y Desarrollo

Regional. Ha publicado diversos artículos en revistas especializadas, capítulos en libros sobre Gestión del Agua y Desarrollo Regional en México, así como dos libros. Ha participado como ponente en diversos eventos nacionales e internacionales.

#### **FRANCISCO MORÁN MARTÍNEZ**

Profesor e investigador del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Tiene Licenciatura en Economía y Maestría en Evaluación socioeconómica de proyectos. Colabora con el Cuerpo Académico Población, Sustentabilidad y Desarrollo Regional. Ha publicado diversos artículos en revistas especializadas y capítulos en libros sobre Gestión del Agua y Desarrollo Regional en México y Evaluación de proyectos de inversión. Ha participado como ponente en diversos eventos nacionales e internacionales.

#### **PABLO SANDOVAL CABRERA**

Profesor e investigador del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Tiene Licenciatura en Economía, Maestría en Economía, Especialidad en Economía de la Empresa y Doctorado en Crecimiento Económico y Desarrollo Sostenible, actualmente cursa el doctorado en Ciudad, Territorio y Sustentabilidad en la Universidad de Guadalajara. Ha escrito tres libros como autor y más de una docena de capítulos de libros sobre temas de economía, así como cerca de 20 artículos en revistas con comité editorial. Es investigador estatal del Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología del estado de Jalisco; tiene el reconocimiento de Perfil Deseable (PROMEP-SEP) desde el año 2001; conferencista y asesor de la Cámara de Comercio de Guadalajara (2004-2009). Actualmente trabaja proyectos de investigación en temas de economía internacional, prospectiva, contabilidad, fiscalidad y competitividad ambiental.

#### **MELCHOR OROZCO BRAVO**

Profesor e investigador del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara, tiene perfil PROMEP desde 2010, es líder del cuerpo académico Desarrollo Sustentable y Estudios Sectoriales. Tiene la Licenciatura en Turismo por la Universidad de Guadalajara, Maestría en Ciencias en Planeación Turística por el Instituto Politécnico Nacional, Maestría en Gestión y Desarrollo Sostenible por la Universidad de Málaga y Doctorado en Gestión y Desarrollo Turístico por la Universidad de Málaga, España. Se ha desempeñado como coordinador Académico Administrativo del Departamento de Turismo, Recreación Servicio; secretario Académico, jefe de Departamento de Ciencias Médico Biológicas, entre otros. Ha sido organizador y coordinador de diversos eventos académicos como seminarios, coloquios, conferencias, congresos, talleres. Ha publicado un libro, capítulos de libro, artículos en revistas nacionales y artículos en extenso sobre el tema de turismo. Ha participado como ponente en diversos congresos y seminarios nacionales e internacionales.

**NATIVIDAD COVARRUBIAS TOVAR**

Profesora e investigadora de la Universidad de Guadalajara. Tiene Licenciatura en Biología, Diplomado en interpretación ambiental y Maestría en Educación Ambiental. Ha sido miembro de diversas academias sobre el medio ambiente y desarrollo, así como del Cuerpo Académico de Educación para el Desarrollo Sustentable. Ha colaborado como coordinadora de Servicios Académicos, secretaria del Consejo Municipal de Ecología, miembro activo y socia fundadora de Biólogos Colegiados de Jalisco, A.C., en cuya administración 2001-2003 fue tesorera, 2003-2006 fue presidente y actualmente es responsable de la división académica. Ha colaborado con diversas instituciones educativas y de gobierno como consultora en la revisión, propuesta y construcción de planes de manejo, planes estatales en Gobierno del Estado. Asimismo, colabora como instructora en los diplomados de Educación Ambiental del SENTE-URSEEN el ámbito estatal.

*Turismo sustentable y desarrollo rural. Estudios  
en Polonia, Costa Rica y México*  
se terminó de imprimir en diciembre de 2014  
en los talleres de Acento Editores  
Reforma 842, colonia Centro  
44100 Guadalajara, Jalisco

En la formación de este libro se utilizaron las familias  
tipográficas Minion Pro, diseñada por Robert Slimbach,  
y Ronnia, diseñada por Veronika Burian y José Scaglione.