

Ciclismo de montaña y protección de turistas y de ambiente

RONALD CALVO

El estrés acumulado en las personas por lo agitado de su vida cotidiana las ha llevado a variar sus hábitos incluyendo en su plan de vida el ejercicio físico como un medio de relajación que trae consigo una mejora en la calidad de vida y el estado físico. Como consecuencia de esta modificación de las prácticas diarias, se ha dado también una ampliación de la oferta en el producto turístico. Los deportes de aventura eran anteriormente una actividad de competencia, pero hoy han alcanzado una dimensión en la cual se incluye la modalidad recreativa. Actualmente ni siquiera la edad es un factor limitante para la práctica de actividades de aventura. Así, año tras año observamos la aparición de nuevas opciones para el turista.

En vista de que el turismo ha ido en aumento, se ha dado un incremento en la cantidad de touroperadores de aventura y es el momento de establecer los lineamientos para una oferta que no se limite a la cantidad de opciones sino que se enfoque a la calidad. Muchas de estas actividades no cuentan con regulaciones por ser relativamente nuevas en el mercado. Sin embargo, ya se hace algunos esfuerzos dirigidos a establecer una orientación para los oferentes del servicio turístico. Es necesario asegurarse de no ubicar los diferentes productos dentro de una misma categoría y, al mismo tiempo, no estandarizar las regulaciones, porque cada uno de estos implica habilidades y riesgos acordes no solo con las facultades físicas y uso de músculos y partes del cuerpo específicas sino también con equipos determinados. No es igual el mantenimiento de una balsa para correr rápidos que una bicicleta.

Aun dentro de un mismo deporte de aventura hay subcategorizaciones determinadas. Es diferente el nivel de exigencia al que se somete al equipo en la práctica del ciclismo de montaña, que el nivel de exigencia al que se somete al empleado en ciclismo de ruta. El terreno en el que se practica cada uno de ellos implica la exposición a distintas condiciones: en el ciclismo de montaña la bicicleta está especialmente expuesta a polvo, barro, ríos y golpes con raíces y piedras; en el ciclismo de ruta es prominente, por ejemplo, el desgaste de

las llantas sobre la caliente carpeta asfáltica.

Respecto de la seguridad de las personas, la presentación del producto debe de ser clara, sin emplear un lenguaje muy técnico sobre las habilidades requeridas por el usuario del servicio y las características del recorrido por realizar. La experiencia indica que en la promoción y venta de tours de ciclismo se dan fallos en tres niveles diferentes: el oferente, el vendedor y el usuario o comprador del servicio. Se han dado y se siguen dando casos en que el afán de lograr una venta lleva al agente a omitir detalles importantes de información al cliente ya sea por ignorancia o por negligencia. En otras ocasiones, por orgullo o ignorancia el comprador del servicio falla al indicar su nivel de experiencia en la práctica del ciclismo. (He tenido clientes que me dijeron que habían hecho las 200 millas de Boston a Nueva York en bicicleta, pero esta distancia se hace en bicicleta de ruta y con el fin de recaudar fondos para causas de beneficencia.)

No es lo mismo recorrer diez kilómetros en bicicleta de ruta sobre asfalto que hacer esa distancia en senderos, lastre y lodo sobre una bicicleta de montaña. Por ello la mayoría de las competencias de ciclismo de montaña recorren distancias inferiores al ciclismo de ruta. Sin embargo, no quiero hacer un llamado a la equivocación; no se trata de definir cuál de los dos deportes es más fácil, sino de educar en los tres niveles involucrados: al vendedor, al usuario y al oferente del servicio, con el fin de disminuir los riesgos a los que se exponga el turista y aumentar el grado de satisfacción de él con el servicio. Son los mismos clientes quienes se convierten en embajadores del producto.

En teoría, el oferente es el mejor conocedor del producto. Un vendedor de un tour de bicicleta no tiene la obligación de ser un ciclista y, de hecho, la mayoría de ellos no practica ese deporte porque su trabajo no gira exclusivamente en torno a ello. El usuario que se interesa por el tour tiende a tener una inclinación por la práctica de tal deporte: nadie va a buscar practicar algo que no le atrae, máxime si implica un gasto. La clave está en establecer un canal de comunicación directo en los tres niveles, que el oferente promocioe el producto con los vendedores y que éstos transmitan la información al comprador.

Ronald Calvo Aguilar, geógrafo, es especialista en turismo ecológico y copropietario de Costas y Montañas.

A la hora de diseñar rutas para tours de ciclismo se debe de hacer una clasificación del recorrido según el grado de dificultad, ya que aun dentro de los amantes del ciclismo existen diferentes niveles de desempeño. Dentro de un grupo de practicantes de este deporte puede haber dos personas con la misma pasión por el ciclismo pero, según sus labores cotidianas, quizás no tengan un nivel de desempeño similar porque el tiempo disponible de uno y otro para salir a pedalear no es el mismo. Se debe diseñar rutas para principiantes, para los de nivel intermedio y para los avanzados, y ellas deben conjugar en su categorización la topografía, el tipo de terreno, la altitud y el clima.

Cabe resaltar que el Instituto Nacional de Aprendizaje y el Instituto Costarricense de Turismo realizan esfuerzos por regular la actividad y se encuentran en la fase de elaboración de los requisitos para la certificación para guías de ciclismo de montaña como actividad de aventura, tarea en la cual estamos colaborando a través

de Consultores Guevara & Asociados.

Finalmente, pero igual de importante que las consideraciones anteriores: el ciclismo de aventura se convierte en una herramienta para crear conciencia ambiental. El recorrido por parajes naturales permite hacer una labor de educación ambiental incentivando al turista a disfrutar del aire puro, de la montaña, los ríos y la vida silvestre. Se debe de elaborar un código de ética del ciclista que le incite a mantenerse dentro de los senderos, a cargar con los desechos producto de los alimentos consumidos y de las reparaciones mecánicas, a no extraer plantas ni animales y a causar el menor ruido posible, entre otras muchas líneas de comportamiento. La bicicleta no es un vehículo motorizado y ello la convierte en un elemento amigo de la naturaleza. El guía del tour viene así a convertirse en el ente transmisor del mensaje conservacionista. Hay trabajo por hacer pero estamos a tiempo.



Clint Clemens

Ciclista