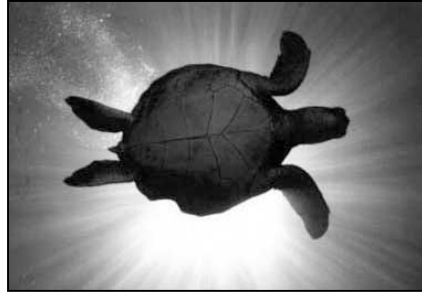


# CONCEPTOS DEL TURISMO SOSTENIBLE

## MÓDULO 3



---

### 3.1 VISIÓN GENERAL DEL TURISMO SOSTENIBLE

---

¿Qué es Turismo Sostenible?

¿Hay Demanda de Turismo Sostenible?

Beneficios y Amenazas del Turismo

---

### 3.2 EL PAPEL DE LOS PRINCIPALES ACTORES

---

El Turismo Sostenible y las Comunidades Locales

El Turismo Sostenible y las Organizaciones No Gubernamentales

El Turismo Sostenible y la Industria del Turismo

---

### 3.3 REPORTE DE ESTADO DE LOS SITIOS DEL ETPS

---

Coco

Coiba

Malpelo

Gorgona

Las Baulas

Galápagos

---

### 3.4 DESARROLLANDO UNA VISIÓN PARA DESTINOS DE TURISMO

---

Visualización de Destinos de Turismo

## **Reconocimientos**

*La mayoría del material incluido fue derivado o modificado de:*

Bien, Amos. 2004 *The simple user's guide to certification for sustainable tourism and ecotourism*. The International Ecotourism Society.

Christ, Costas, Oliver Hillel, Seleni Matus, and Jamie Sweeting. 2003. *Tourism and Biodiversity, Mapping Tourism's Global Footprint*. Conservation International and UNEP, Washington, DC, USA.

Department of Environment and Natural Resources, Bureau of Fisheries and Aquatic Resources of the Department of Agriculture, and Department of the Interior and Local Government. 2001. *Philippines Coastal Management Guidebook Series No. 7: Managing Impacts of Development in the Coastal Zone*. Coastal Resource Management Project of the Department of Environment and Natural Resources, Cebu City, Philippines.

Drumm, Andy and Alan Moore. 2005. *An Introduction to Ecosystem Planning*, Second Edition. The Nature Conservancy, Arlington, Virginia, USA.

Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, and Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.

IUCN. 2004. *Managing Marine Protected Areas: A Toolkit for the Western Indian Ocean*. IUCN Eastern African Regional Programme, Nairobi, Kenya.

UNEP Tourism Program website, United Nations Environmental Program Production & Consumption Branch. Website URL: [www.uneptie.org/pc/tourism/](http://www.uneptie.org/pc/tourism/). 2006.



## **VISIÓN GENERAL**

*El turismo sostenible es un turismo que minimiza los costos y maximiza los beneficios del turismo en áreas naturales y comunidades locales, y puede ser practicado de manera indefinida sin dañar los recursos de los que depende*

El turismo es una de las mayores industrias a nivel global, con un creciente mercado enfocado hacia ambientes naturales prístinos, como áreas marinas y costeras protegidas. Las AMPs cada vez atraen un mayor interés por parte de visitantes extranjeros, así como de residentes locales. El turismo puede beneficiar a las comunidades locales y a las AMPs a través de la generación de ingresos económicos y empleo. Sin embargo, el turismo también puede amenazar los recursos del AMP al destruir hábitats, perturbar la vida salvaje o afectar la calidad del agua; por otro lado, puede amenazar a las comunidades locales a través de un desarrollo acelerado, hacinamiento y alteración de la cultura local. Adicionalmente, el turismo convencional generalmente no beneficia a la comunidad local, ya que los ingresos generados suelen ser captados por operadores turísticos externos. Como resultado, el turismo puede destruir los mismos recursos de los que depende. En contraste, el turismo sostenible deliberadamente involucra el beneficio de los residentes locales en su planeación, respetando la cultura local, conservando los recursos naturales, destinando más ingresos a la comunidad local y al AMP y educando tanto a los turistas como a los residentes locales sobre la importancia de la conservación.

Las comunidades locales, ONGs y la industria del turismo necesitan colaborar para contribuir a producir empresas de turismo sostenible, que sean de beneficio para la comunidad local y que además sean viables económicamente. Un primer paso es la “visualización” – crear una visión de la mejor situación posible de turismo para la comunidad y para su AMP.

## **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE**

- ✓ Entender las diferencias entre el turismo sostenible y el turismo tradicional.
- ✓ Comprender los pro y los contra del turismo sostenible para un AMP y la comunidad local.
- ✓ Entender el papel de las comunidades locales, ONGs y la industria del turismo.
- ✓ Comparar y contrastar el turismo sostenible en AMPs.
- ✓ Desarrollar una visión del turismo en su AMP.



## PLAN DE ESTUDIOS

### ***Juego 1: El Juego del Corredor Marino de Conservación del Pacífico Oriental Tropical***

#### **3.1 VISIÓN GENERAL DEL TURISMO SOSTENIBLE**

### **¿Qué es el Turismo Sostenible?**

En los módulos anteriores discutimos los principios básicos de la planeación del manejo de áreas marinas protegidas (AMPs). Ahora nos enfocaremos en la planeación del turismo sostenible. Durante los siguientes días discutiremos los costos y beneficios del turismo sostenible para AMPs y para las comunidades. Un tema recurrente será la aplicación de los principios generales de manejo ya examinados, al caso particular del turismo sostenible. Pero primero: ¿qué es el turismo sostenible y por qué nos debe importar?

**El turismo sostenible es:**

***Modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar atractivos naturales (y cualquier manifestación cultural, del presente y del pasado) a través de un proceso que promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y cultural, y propicia una participación activa y socio-económicamente benéfica para las poblaciones locales.***

*(Unión Mundial para la Naturaleza, 1996)*

El turismo se ha convertido en una actividad económica importante dentro y alrededor de AMPs y otras áreas protegidas alrededor del mundo. Un programa de turismo sostenible bien planeado, ofrece oportunidades al visitante para conocer áreas naturales y comunidades locales, y aprender la importancia de la conservación marina y la conservación de la cultura local. Adicionalmente, el turismo sostenible puede generar recursos tanto para las comunidades locales como para el AMP. El turismo sostenible promete ser un mecanismo clave para que las comunidades locales se beneficien de los recursos ambientales y la biodiversidad del AMP, de tal manera que se sientan motivados a cuidar esos recursos.

El turismo sostenible tiene tres componentes clave, algunas veces conocidos como “la triple meta”: (*Sociedad Internacional de Ecoturismo, 2004*):

**1. Ambientalmente**, la actividad tiene un bajo impacto sobre los recursos naturales, particularmente en áreas protegidas. Esta actividad minimiza el daño sobre el medio ambiente (flora, fauna, hábitats, agua, recursos marinos vivos, uso de la energía, contaminación, etc.) e idealmente intenta beneficiar al medio ambiente.

**2. Social y culturalmente** la actividad no afecta negativamente a la estructura social o cultural de la comunidad en donde se realiza. Por el contrario, ésta respeta la cultura y las tradiciones locales. Esta actividad involucra a actores relevantes (individuos, comunidades, operadores turísticos, instituciones de gobierno) en todas las fases de planeación, desarrollo y monitoreo, y



educa a los actores sobre su papel.

**3. Económicamente**, la actividad contribuye al bienestar económico de la comunidad, generando un ingreso sostenible y equitativo para las comunidades locales y para la mayor cantidad de actores. Beneficia a dueños de negocios, empleados y vecinos. No comienza para luego morir rápidamente debido a prácticas de negocio no apropiadas.

Un proyecto de turismo que cumpla con estos tres principios “le irá bien haciendo un bien”. Esto significa que una operación de turismo debe ser dirigida de manera que no destruya los recursos económicos, culturales o naturales, sino que debe estimular el aprecio de los mismos recursos de los cuales depende. Un negocio dirigido bajo estos tres principios puede potenciar la conservación de los recursos naturales, incrementar la apreciación de valores culturales, generar ingresos a la comunidad Y ser rentable.

#### **TURISMO CONVENCIONAL**

1. Tiene una meta: beneficios económicos
2. Generalmente no se planea: simplemente “se da”
3. Orientado hacia el turista
4. Controlado por entidades externas
5. Se enfoca en el entretenimiento de los turistas
6. La conservación no es una prioridad
7. Las comunidades locales no son una prioridad
8. Gran parte de los ingresos son para operadores e inversionistas externos

#### **TURISMO SOSTENIBLE**

1. Es planeado con tres metas: beneficio económico, ambiental y a la comunidad
2. Generalmente se planea con anticipación con la participación de todos los actores
3. Orientado hacia la localidad
4. Controlado localmente, por lo menos en parte
5. Se enfoca en experiencias educativas
6. La conservación de los recursos naturales es una prioridad
7. La apreciación de la cultura local es una prioridad
8. Una mayor parte de los ingresos son para la comunidad local y el AMP

El turismo convencional no necesariamente es planeado para mejorar la conservación o la educación, no beneficia a la comunidad local y puede perjudicar rápidamente un ecosistema frágil. Como resultado, éste puede destruir los recursos naturales o culturales de los que depende, o alterarlos hasta tal punto que no se puedan reconocer. En contraste, el turismo sostenible se planea deliberadamente desde un principio, para que los habitantes de la zona se beneficien, para respetar la cultura local, conservar los recursos naturales y educar tanto a los turistas como a los residentes locales.

El turismo sostenible puede producir los mismos beneficios que el turismo convencional, pero una mayor proporción de éstos se queda en la comunidad, y los valores naturales y culturales de la región pueden ser protegidos.

En el pasado, debido a una falta de control y planeación efectiva, muchas operaciones turísticas convencionales resultaron ser una gran amenaza a la conservación marina. Por otro lado, el turismo sostenible busca minimizar los impactos negativos del turismo y al mismo tiempo contribuir a la conservación y el bienestar económico y social de la comunidad. El turismo puede proveer financiación para programas de conservación y para la comunidad local, a la vez que ofrece incentivos para proteger las áreas de actividades y desarrollos perjudiciales a su belleza



natural. Las oportunidades y amenazas solo pueden ser controladas a través de un turismo sostenible bien planeado y bien manejado.

### ***Estudio de Caso: Turismo convencional no planeado en Cancún, México***

Antes de que esta zona se convirtiera en un popular destino turístico en los setentas, tan solo 12 familias vivían en la isla de barrera de Cancún. El área completa que hoy en día comprende el estado de Quintana Roo, estaba cubierto de selvas poco intervenidas y prístinas playas y estaba habitada por una población indígena Maya de aproximadamente 45,000 personas. Hoy en día, Cancún es visitado por más de 2.6 millones de visitantes cada año, tiene 20,000 cuartos de hotel y cuenta con una población residente de más de 300,000. Los impactos sociales y ambientales de la región tuvieron una importancia secundaria en el plan de desarrollo de Cancún. Por ejemplo, no se tuvieron precauciones con respecto a la vivienda de inmigrantes de bajos recursos que ahora viven y trabajan en el área, resultando en el desarrollo de un barrio pobre en donde las aguas residuales de un 75% de la población no reciben tratamiento. Los manglares y bosques fueron talados, los pantanos y lagunas fueron rellenados, y las dunas fueron removidas. Muchas especies de aves y otros animales desaparecieron (*Sweeting et al. 1999*).

### ***Material de Trabajo 3.1 - Cuestionario***

#### ***Ejercicio: ¿Qué atributos del turismo sostenible son importantes para un AMP?***

*Llene el cuestionario de manera individual. Luego reúnanse en pequeños grupos y discuta cómo los conceptos del turismo sostenible presentados hasta ahora se relacionan con su propia experiencia*

## **¿Hay Demanda del Turismo Sostenible?**

### ***Demanda de turismo a nivel mundial***

De acuerdo al World Travel and Tourism Council (WTTC) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo y las actividades económicas relacionadas generan un 11% del Producto Doméstico a nivel global, emplea 200 millones de personas y transporta aproximadamente 700 millones de viajeros internacionales cada año. El turismo mundial creció en un 7.4% aproximadamente en el año 2000, que corresponde al índice de crecimiento más alto en casi una década, y casi el doble del incremento en 1999. Más de 698 millones de personas viajaron a otro país en el 2000, gastando más de \$476.000 millones de dólares, un incremento de 4.5% con respecto al año anterior. Se espera que estos valores se dupliquen para el año 2020. Estos valores, sin embargo, se basan principalmente en estadísticas de turismo internacional, ocultando la importancia del turismo doméstico. Estas estadísticas también subestiman turistas regionales que viajan por tierra y no por mar o avión. La OMT estima que la relación entre turismo doméstico e internacional puede ser tan alto como 10:1—aunque este valor varía mucho entre países.

Es interesante notar que el turismo ha continuado creciendo de manera acelerada durante el último medio siglo, a pesar de una sucesión de revoluciones y guerras. El turismo enfrentó su prueba más dura el 11 de septiembre de 2001, después de ataques terroristas en Nueva York y Washington DC, con ataques posteriores en España, Inglaterra y Bali, y guerras relacionadas en



Irak, Afganistán, entre otros. Esto significó una depresión económica a nivel mundial, una mayor dificultad para viajar por avión gracias a los estrictos procedimientos de seguridad y los altos precios de la gasolina. Sin mencionar brotes de enfermedades como la fiebre aviar, que también influyeron sobre el turismo. Como resultado, el turismo global disminuyó en un 0.5% en el año 2001, pero en tan solo un año, la industria se recuperó y comenzó a crecer un poco. En el 2004 el turismo global se recuperó aún más y comenzó un rápido crecimiento nuevamente. En la primera mitad de 2006, el turismo global creció en un 4.5%.

Entonces, a pesar de que la industria del turismo puede variar mucho entre un año y otro (y las comunidades locales deben estar preparadas para esto), el turismo ha demostrado ser increíblemente fuerte y se recobra rápidamente de dificultades políticas y situaciones económicas. A la gente le encanta explorar el mundo y conocer nuevos sitios interesantes. En cuanto la situación sea razonable segura y la gente pueda cubrir los gastos de un viaje, ellos viajarán.

***El turismo representa uno de los cinco mayores productos de exportación para un 83% de todos los países, y es la principal fuente de ingresos del exterior para 38% de los países.***

*(Conservación Internacional 2003)*

***La industria del turismo y los viajes genera 200 millones de trabajos en el mundo - 1 de cada 12.4 trabajos. Para el 2010, este valor se estima que crecerá a 250 millones, o 1 de cada 11 empleos.***

*(WTTC y WEFA, 2000)*

### ***Demanda de Turismo en América***

#### ***Material de Trabajo 3.2 - Crecimiento del Turismo en América***

El turismo en Norteamérica ha crecido tan solo un poco en los últimos años, principalmente debido a la pérdida de ingresos del turismo de Canadá, por el alto valor del dólar canadiense y por el impacto del Huracán Wilma en la península de Yucatán en México. Sin embargo, en Centro y Sur América, el turismo ha estado creciendo de manera continua en los años 2004, 2005 y principios de 2006. Un bajo costo del transporte aéreo generalizado en el área seguirá fomentando este crecimiento en el 2006 y más adelante. Entre los países del Corredor Marino de Conservación del Pacífico Oriental Tropical, Colombia en particular está mostrando un fuerte crecimiento en el turismo, probablemente debido a una mayor seguridad dentro del país. Perú también ha experimentado un enorme crecimiento turístico, atribuido a grandes campañas de mercadeo de la industria turística de Perú y al reconocimiento de varios operadores peruanos en premios internacionales de viaje – una historia de éxito de la que los países vecinos pueden aprender.

### ***Consumo de recursos por parte de turistas a nivel global***

Utilizando los índices de consumo promedio de varios países, las estadísticas de la OMT, y los estimativos de turismo nacional con respecto a llegadas internacionales, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP por sus siglas en inglés) propone algunas estimaciones del orden de magnitud del consumo de los turistas.



***Si la industria del turismo mundial representara un país, tendría un consumo de recursos del nivel de un país desarrollado del Norte.***

A lo largo de un año, los turistas nacionales e internacionales a nivel mundial:

- Usan tanta energía como el 80% de la fuente de energía primaria de Japón en un año (5,000 millones Kw/año),
- Producen tanta basura como Francia (35 millones de toneladas por año),
- Consumen en un año, tres veces la cantidad de agua dulce contenida en el Lago Superior, entre Canadá y Estados Unidos (10 millones de metros cúbicos).

Es claro que los impactos ambientales del turismo mundial son significativos, dado el altísimo nivel de uso de recursos.

### ***¿Qué proporción de la demanda del turismo es de turismo sostenible?***

El turismo sostenible atrae a muchos de los turistas que disfrutan del “**turismo de naturaleza**”, “**turismo de aventura**”, o “**ecoturismo**” – es decir, turismo que se enfoca en la apreciación de áreas silvestres, vida salvaje y culturas locales. La OMT estima que el turismo de naturaleza genera un 7% de los gastos de viaje internacionales. El Instituto para los Recursos Mundiales encontró que mientras que el turismo en general está creciendo a una tasa del 4% anual, el turismo de naturaleza tiene un crecimiento del 10% al 30%. Estos patrones de crecimiento son de particular preocupación, ya que un porcentaje significativo de nuevas instalaciones turísticas se construirán probablemente en zonas costeras y áreas naturales con ecosistemas amenazados, en países en desarrollo con alta biodiversidad. Se piensa que el turismo de naturaleza puede comprender entre un 40-60% del mercado del turismo, incrementándose en un 10-30% anual. Algunos indicadores de este crecimiento son:

- Más de 2/3 de los turistas en Costa Rica visitan áreas protegidas y reservas. Las llegadas a Costa Rica se han más que cuadruplicado, de 246,737 en 1986 a 1,031,585 en 1991. Belice ha tenido un incremento del más del 600%, de 51,740 en 1986 a 334,699 diez años después.
- Una investigación de operadores de ecoturismo basados en E.U., que promueven viajes al exterior, muestra que el número de operadores ha crecido en un 820% entre 1970 y 1994, o un promedio de 34% por año.
- Los destinos mundiales de los clientes de operadores de ecoturismo basados en E.U. que promueven viajes al exterior, fueron: Centro América 39%, Sur América 25%, Norte América 18%, México y el Caribe 5% y otras regiones 13%
- El ecoturismo está creciendo en un 10-15% anualmente, según las estimaciones del World Travel and Tourism Council

### ***¿Por qué los viajeros quieren un turismo sostenible?***

Este incremento demuestra un mayor interés por el medio ambiente a nivel mundial. Cuando la gente aprende sobre la fragilidad del medio ambiente, se concientiza sobre cuestiones ambientales alrededor del mundo. En casa, éstos están dispuestos a pagar más por productos y servicios “verdes”, y toman medidas ambientales específicas como reciclar sus basuras. Por su propia cuenta, aprenden sobre especies y hábitats amenazados. Quieren entender los complejos retos de la conservación y quieren experimentarlos de primera mano.

Los viajeros también están buscando destinos más remotos. Están buscando experiencias fuera de lo común, en lugares silvestres que no hayan sido dañados. Culturalmente, muchos viajeros





buscan escapar de la monotonía que iguala los entornos turísticos de siempre, y en cambio buscan conocer la diversidad y riqueza de culturas locales. Muchos viajeros se convierten luego en activistas. Cuando viven de cerca las amenazas sobre zonas naturales o culturas locales, y aprenden sobre su situación apremiante, quieren ayudar. Los viajeros internacionales y nacionales buscan educación ambiental, están dispuestos a pagar tarifas de entrada y se entusiasman con la compra de productos y servicios locales, así como servicios que fortalecen la economía local.

#### ***Más allá del “turismo de naturaleza”: ¿hay una demanda por una verdadera sostenibilidad?***

Las estadísticas enunciadas arriba fueron extraídas de estudios sobre “turismo de naturaleza” o “ecoturismo” – turismo que se enfoca en la apreciación de áreas silvestres, incluyendo actividades como observación de vida salvaje, caminatas y buceo. Pero, ¿a estos turistas realmente les preocupa si el desarrollo turístico en esa comunidad se hace de una manera sostenible?

Tranquilizadamente, los estudios indican que sí. Muchos turistas británicos dicen en encuestas que están dispuestos a pagar más por sus vacaciones en el exterior, si el dinero extra asegura buenos salarios y condiciones de trabajo para los trabajadores de hoteles, así como para la conservación del medio ambiente de la región. En una encuesta realizada en el año 2000 a 2,000 adultos en el Reino Unido (realizada en nombre de Tearfund), casi la mitad de los encuestados dijeron que estarían dispuestos a viajar con una compañía que tuviera un código escrito de ética del turismo, que asegure la sostenibilidad. Más de la mitad también afirmaron que pagarían un promedio de **cinco por ciento extra** (es decir, \$25 en unas vacaciones de \$500) para garantizar estándares éticos, como salarios justos y acciones para contrarrestar el daño ambiental causado por el turismo.

#### ***Material de Trabajo 3.3 - Global Code of Ethics***

De acuerdo a otra encuesta, realizada por MORI en nombre de la Association of British Travel Agencies (ABTA), **85% de los turistas británicos creen que es importante no afectar el medio ambiente**. De aquellos encuestados en el estudio del año 2000, 36% ahorraron agua deliberadamente, duchándose en lugar de tomar baños de tina, 18% apagaron el aire acondicionado para ahorrar energía y 17% decidieron no hacer lavar sus toallas diariamente en el hotel. Cuando se les preguntó cuánto más estarían dispuestos a pagar por garantías ambientales, sociales y de beneficencia, 31% dijeron que pagarían un 2% extra (\$20) de unas vacaciones de menos de \$1000 dólares y 33% respondieron que pagarían un 5% más (\$50) por unas vacaciones de más de \$1000.

Encuestas realizadas en turistas de otras nacionalidades, especialmente Europa y Estados Unidos, han encontrado resultados similares. Por ejemplo, los turistas alemanes son especialmente exigentes de la calidad ambiental en sus destinos, de acuerdo a la encuesta anual de Reiseanalyse. En la encuesta del año 2002, **65% de los alemanes encuestados dicen valorar playas y agua limpias, mientras que 42% dijeron que les gustaría encontrar acomodaciones que fueran “amigables con el medio ambiente”**.

Los resultados de estas encuestas son esperanzadores. Éstas muestran que los viajeros no solo apoyan el concepto de sostenibilidad, sino que también están dispuestos a pagar un poco más por ella. **En conclusión, la demanda de turismo es generalmente fuerte y la demanda de turismo sostenible en particular parece estar incrementándose.**



Ahora entramos a la siguiente pregunta crítica: ¿Es el turismo bueno para el AMP y su comunidad?

## **Beneficios y Amenazas del Turismo para un AMP**

El turismo puede acarrear beneficios para un AMP y la comunidad local, pero también puede causar problemas. El reto del turismo sostenible es maximizar los beneficios y al mismo tiempo minimizar los costos. En esta sección consideraremos los beneficios y amenazas desde el punto de vista del AMP; consideraremos el punto de vista de la comunidad con más detalle en el módulo 7.

### *Material de Trabajo 3.4 - Impactos del Turismo*

#### ***Discusión: Su experiencia con el turismo***

*Haga una lista en un papel y luego comparta con todo el grupo escribiendo en un tablero:*

- 1. ¿De qué manera el turismo ha beneficiado su AMP o su negocio?*
- 2. ¿De qué manera el turismo ha generado impactos negativos?*
- 3. En general, ¿el turismo ha sido una experiencia positiva o negativa para Ud.?*

## **BENEFICIOS DEL TURISMO A AMPs**

### **1. Ingresos para Áreas Protegidas**

La financiación de áreas protegidas es una de las mayores preocupaciones de los administradores de AMPs. Generalmente los fondos gubernamentales destinados a AMPs no son suficientes para cubrir las necesidades de conservación, y muchas áreas naturales no sobrevivirán sin fuentes adicionales de financiación. El turismo ofrece la oportunidad de generar ingresos de diversas maneras, permitiendo a los administradores de AMPs proteger mejor áreas sensibles (discutiremos el tema de ingresos generados por el turismo en más detalle en módulos posteriores.)

Cuotas de Entrada o de Uso pueden ser cobradas directamente a los visitantes que llegan al AMP. Estas cuotas pueden ser colectadas en un punto de entrada del AMP. También se pueden cobrar para realizar actividades específicas o por el uso de equipo, a bordo de una embarcación, como un cargo extra al precio de la excursión; o como una cuota de uso a buzos o personas que van a caretear. Generalmente los visitantes extranjeros pagan una cuota más elevada que los visitantes locales.

Las concesiones al sector privado pueden incluir tiendas de souvenirs, alquiler de botes, suministro de comidas y excursiones. Generalmente estas concesiones son de propiedad y/o administración privada, pero una porción de los ingresos se dirigen al AMP. Muchas AMPs no tienen autoridad sobre actividades (o concesiones) en tierra, así que puede dificultarse lograr acuerdos para asegurar un porcentaje de las ganancias de éstas. Para embarcaciones y grupos de usuarios, como son los buzos, quienes en realidad practican las actividades en el AMP, un acuerdo para una cuota de uso es más fácil de lograr.



Se pueden solicitar donaciones para apoyar una campaña en particular, como por ejemplo para conseguir fondos para el centro de visitantes, o para programas del tipo “adopte una especie”, o de manera continua para apoyar actividades generales de manejo. Un buen momento de pedir estas donaciones es después de que el visitante ha experimentado las cualidades naturales únicas del AMP y se siente emocionado y dispuesto a contribuir a los esfuerzos de conservación marina.

### **2. Empleo**

Uno de los grandes beneficios para las comunidades locales, es el hecho de que el turismo puede generar nuevos empleos en la zona. Respondiendo a las necesidades de los turistas en y alrededor de un AMP, los residentes pueden encontrar empleo conduciendo taxis, como dueños de hospedajes, dueños de concesiones o guías turísticos. Un incremento en el número de visitas a un AMP también incrementa las necesidades de guardaparques, personal de control, investigadores y educadores. Es conveniente que los residentes locales apoyen los trabajos en el AMP y en operaciones turísticas, ya que conocen bien los recursos naturales y culturales del área. Sin embargo, éstos pueden necesitar entrenamiento para adquirir habilidades como en idiomas e interpretación, manejo de grupos, preparación de alimentos, primeros auxilios y mantenimiento de motores para embarcaciones. El turismo también incrementa la demanda de empleos indirectos, como en provisión de servicios, construcción y abastecimiento de bienes como suministros alimenticios.

### **3. Justificación Política de AMPs**

El potencial del turismo sostenible puede influenciar a oficiales de gobierno a otorgar o mejorar la categoría de protección de un área, particularmente si ésta puede generar ingresos y ofrecer otros beneficios a nivel nacional. Y así como los oficiales de gobierno comienzan a dar más importancia al manejo de áreas naturales, los visitantes tienen una mayor probabilidad de visitar el área si ésta se encuentra protegida, lo que justifica la existencia de áreas protegidas.

### **4. Educación Ambiental**

El turismo sostenible provee una audiencia ideal para la educación ambiental. Una vez los visitantes han visto arrecifes de coral y mamíferos marinos, están más dispuestos a aprender sobre el comportamiento animal y la ecología de arrecifes coralinos, así como sobre los retos de conservar estos recursos. Muchos también quieren saber sobre aspectos económicos, políticos y sociales en relación a la conservación (discutiremos la educación de manera más detallada en el módulo 11).

Los Guías Naturalistas son una fuente crucial de educación ambiental. Las encuestas a visitantes muestran que un buen guía es un factor clave para el éxito de un viaje. Por ejemplo, en 1996, el Centro para la Conservación Tropical RARE pidió a 60 grupos conservacionistas en América Latina que identificaran los obstáculos más graves para el desarrollo del ecoturismo (un importante componente del turismo sostenible); la falta de guías naturalistas bien entrenados estaba en segundo lugar dentro de sus preocupaciones.

Los Centros de Visitantes con exposiciones, materiales impresos y videos también son una excelente ayuda para la educación ambiental. Los letreros pueden transmitir información biológica importante o mensajes de conservación. La interpretación para visitantes cada vez es más creativa e interactiva.



La educación ambiental es una oportunidad igualmente importante para llegar a los visitantes nacionales. Ya sean los niños del colegio local aprendiendo sobre los recursos que son valiosos en su vida diaria, o visitantes de áreas vecinas aprendiendo la importancia de sus áreas protegidas nacionales, la sociedad civil es una audiencia clave. Los mensajes de conservación son de especial urgencia para éstos. El turismo sostenible puede aumentar el nivel de conciencia de la comunidad local sobre el valor del AMP y la necesidad de conservación, lo que muchas veces resulta en un mayor esfuerzo de conservación local, como la reducción de basuras. El nivel de conciencia generalmente también se incrementa a nivel nacional, lo que respalda esfuerzos de conservación como establecer o apoyar áreas marinas protegidas. Incluso a nivel internacional, el turismo sostenible puede generar un respaldo internacional para mejorar los esfuerzos de conservación y para el apoyo de áreas protegidas en particular.

La educación ambiental para los visitantes es más efectiva cuando se provee información antes y después del viaje. Una preparación estimula a los visitantes a pensar sobre el comportamiento adecuado, minimizando así los impactos negativos, y el uso de material de seguimiento del viaje continúa el proceso educativo.

### **AMENAZAS DEL TURISMO A AMPs**

#### **1. Impactos ambientales**

Un uso inapropiado o demasiado intenso puede causar un fuerte impacto sobre los sensitivos hábitas intermareales, manglares o praderas submarinas, la perturbación a la vida salvaje como aves o mamíferos marinos, daño a arrecifes de coral con las aletas de buzos y personas careteando, impactos sobre la calidad del agua por un incremento en el vertimiento de aguas residuales o aumento de detritos en áreas marinas o costeras. Adicionalmente a los cambios locales inmediatos, estos impactos pueden causar cambios o problemas de mayor duración, incluyendo la alteración de comportamientos animales como hábitos de alimentación, migración y reproducción. Muchos cambios son difíciles de detectar, pero todos son importantes indicadores de la salud de los recursos naturales. Discutiremos maneras de evaluar y monitorear estos efectos en otros módulos más adelante.

#### **2. Inestabilidad económica**

Los ingresos del turismo pueden no llegar a la comunidad local, sino a las manos de inversionistas externos. Esto se llama una **fuga** de los ingresos. Si la fuga es alta, no existirá gran apoyo local para el AMP o para la conservación marina. Incluso si algunos residentes pueden generar ingresos del turismo, si los beneficios económicos para la comunidad son pequeños, o no vinculados a esfuerzos de conservación, los residentes pueden reinvertir esos fondos en actividades de gran impacto con mayores rendimientos económicos, como pesca ilegal o maricultura. Para aquellos que sí encuentran un empleo estable en el turismo, si el empleo no ofrece suficientes oportunidades administrativas o algún nivel de propiedad o copropiedad, los trabajadores locales no estarán motivados a comprometerse con el turismo sostenible.

Adicionalmente, el turismo sostenible, así como otras formas de turismo, puede ser una fuente de ingresos inestable. **La demanda de turismo fluctúa con base en factores externos que están fuera del control de los destinos turísticos.** Por ejemplo conflictos políticos, o rumores de inseguridad en una región o país, pueden desmotivar visitantes internacionales por varios años. Cambios en las divisas también pueden afectar los viajes turísticos. Por ejemplo, los ataques terroristas del 2001, junto con otros hechos simultáneos que disminuyeron el valor del dólar, redujeron drásticamente el número de turistas de E.U. en Sur América por los siguientes



dos años. Los desastres naturales también pueden afectar el turismo, en particular, los huracanes pueden destruir la infraestructura turística en áreas marinas. Estos declives impredecibles en el turismo pueden significar un desastre si un AMP se ha vuelto demasiado dependiente de la volátil industria del turismo. En otras palabras,

***El turismo sostenible debe ser motivado, pero no se debe confiar en éste como la única fuente de ingreso y empleo***

### **3. Hacinamiento en y cerca de AMPs**

La sensación de hacinamiento puede ser un problema tanto dentro de la comunidad como en el AMP. Muchas comunidades se ven cediendo áreas costeras de uso tradicional al turismo, incluyendo desarrollo de infraestructura, como carreteras, hoteles, restaurantes y muelles. Los turistas pueden empezar a competir con los residentes por los espacios abiertos remanentes. Estos son los lugares que los locales conocieron cuando crecían, antes de que los lugares se convirtieran en atracciones internacionales. Si el acceso a estos apreciados lugares se empieza a dificultar, las tensiones suben y los locales pueden comenzar a resentirse con los turistas. Las multitudes también pueden ser una molestia para los mismos turistas, muchos de los cuales están buscando un viaje tranquilo a un área natural. Los turistas internacionales pueden decepcionarse de haber viajado grandes distancias y gastado los ahorros de años, sólo para sentirse abrumados por otros turistas.

### **4. Desarrollo Excesivo**

Cuando un sitio se convierte en un popular destino turístico, los empresarios locales construirán alojamientos, restaurantes y otros servicios para cubrir las necesidades de los visitantes. En algunos casos en donde la demanda turística es alta, personas de otras partes del país se mudarán a la comunidad para tomar ventaja de la oportunidad económica. Con el incremento de la necesidad de suplir servicios para el turismo viene una demanda de infraestructura: hoteles, restaurantes y viviendas para los recién llegados empleados o empresarios. Estas demandas hacen presión sobre servicios básicos como suministro de agua, electricidad, tratamiento de aguas residuales, etc. Adicionalmente a la carga sobre los servicios municipales, un desarrollo acelerado generalmente ocurre con un mínimo de planeación y puede convertirse en un problema estético, así como un problema ecológico tanto para la comunidad como para el área protegida.

## **Equilibrando los beneficios y los costos**

El turismo sostenible potencialmente puede reducir las amenazas del turismo convencional a áreas naturales y a la gente que vive dentro de éstas o en sus alrededores. Sin embargo, un turismo sostenible exitoso requiere de una planeación y un manejo rigurosos para alcanzar su potencial. Equilibrar los costos y beneficios no es fácil. En algunos casos, se necesita aceptar pequeños impactos negativos para lograr mayores beneficios. Por ejemplo, el turismo puede resultar en un pisoteo de los hábitats costeros sobre los caminos, pero permite contratar más funcionarios para el AMP. El contrato de funcionarios adicionales puede ser más importante para la conservación como un todo, y puede valer la pena el sacrificio de vegetación intacta al lado de los caminos.



Cualquiera que sea la relación de costos y beneficios, la pregunta clave debe ser “¿Está el turismo contribuyendo al programa de conservación de largo plazo del AMP, y beneficiando a la comunidad local?” De ser así, es probable que sea sostenible.

No es fácil decidir si se debe desarrollar un programa de turismo sostenible o no. Invertiremos la mayor parte de la siguiente semana discutiendo esta importante decisión, y reuniendo la información que se necesitará para tomar esta decisión. Un paso importante es reunir la información sobre qué exactamente ofrece el AMP al turista, y también cuáles son sus vulnerabilidades; éste será el enfoque del trabajo de mañana. Otro paso crítico es entender a los principales actores y sus motivaciones, y cómo se deben involucrar en el proceso de planeación. Ahora veremos una breve introducción sobre los principales actores.

### 3.2 EL PAPEL DE LOS PRINCIPALES ACTORES

La planeación efectiva del turismo sostenible busca maximizar los beneficios locales del turismo y minimizar los costos locales, sin dejar de ser económicamente viable. **Cualquier planeación de este tipo debe incluir a todos los actores relevantes. Más importante aún, ésta debe incluir a la comunidad local y debe incluir a operadores de turismo experimentados.** Adicionalmente, esta planeación debe incluir cuantos actores sea posible. ¿Cuáles son los actores y cómo los afecta el turismo sostenible a ellos?

Consideraremos estos aspectos de manera breve en este momento, para tener una idea general de los actores relevantes. Volveremos a las perspectivas de los actores en los módulos 7 y 8 para realizar una discusión detallada.

## Turismo Sostenible y las Comunidades Locales

Para los residentes locales, el turismo no solo tiene un impacto económico, sino que también afecta sus vidas personales. **El turismo afecta sus estilos de vida, tradiciones y culturas, así como sus formas de sustento.** A diferencia de otros actores de la industria del turismo, las comunidades locales deben lidiar con el turismo, lo quieran o no. Algunas comunidades rurales que alguna vez fueron tranquilas y pacíficas se ven invadidas por turistas internacionales, la mayoría de los cuales tan solo están de paso, sin quedarse a conocer a los residentes locales. Los residentes tienen diferentes reacciones a la intrusión. Algunos no quieren saber nada de turistas y a otros les llaman la atención las oportunidades laborales. Cualquiera que sea su reacción inicial, los residentes locales generalmente no están preparados para las demandas del turismo. Usualmente no pueden competir con la poderosa industria turística, y no pueden entender los deseos y comportamientos de los viajeros independientes que buscan descubrir nuevas áreas.

**Una de las grandes contribuciones del turismo sostenible es la manera en la que puede convertir las “amenazas” (impactos del turismo) en “beneficios”.** Los residentes locales juegan un importante papel en el turismo sostenible por dos razones principales. Primero, sus tierras natales y áreas de trabajo son las que están atrayendo a los viajeros naturalistas. Segundo, el apoyo de los residentes locales es esencial para el éxito de cualquier esfuerzo de



conservación, incluyendo el turismo sostenible. Adicionalmente, el conocimiento tradicional o local generalmente es un componente clave para la experiencia y aprendizaje del visitante.

## Turismo Sostenible y ONGs

Muchas **ONGs conservacionistas** (organizaciones no gubernamentales, como Conservación Internacional, Rainforest Alliance, etc.) adoptan el turismo sostenible por su vínculo directo con la conservación. Las ONGs frecuentemente actúan como:

- Facilitadores entre otros actores, como las comunidades y la industria del turismo
- Socios de compañías de turismo sostenible, ya sean de propiedad local o no
- Entrenadores y fuentes de información técnica y experiencia
- Socios de administradores de áreas protegidas, ayudando a obtener financiación o llevando a cabo alguna actividad, por ejemplo la educación ambiental o el programa de interpretación
- Administradores de sus propias áreas protegidas privadas o, en algunos casos, de áreas protegidas administradas gubernamentalmente.
- En raras ocasiones, las ONGs pueden proveer directamente servicios turísticos, como promoción, alojamiento, transporte y comida. Sin embargo, esto puede distraer una ONG de su misión principal y puede quitarle oportunidades a empresas de la comunidad o del sector privado.

### **ONGs no orientadas hacia la conservación**

ONGs que no están principalmente orientadas hacia la conservación pueden también jugar un papel en el turismo sostenible. Estas ONGs se dividen en dos grandes grupos: ONGs que promueven el desarrollo económico, y ONGs de ciertas industrias, como asociaciones de operadores turísticos privados, aerolíneas y hoteleros, asociaciones de turismo sostenible y otras organizaciones comerciales que manejan asuntos de viajes. Estas ONGs son actores importantes, ya que proveen un foro para discusión, ofreciendo los recursos para comunicarse con un gran número de individuos interesados. Generalmente tienen reuniones regulares, y comunican asuntos de la industria a través de publicaciones como boletines de noticias. Usualmente se les pide a los miembros que se rijan por ciertos principios o “códigos de ética”.

## Turismo Sostenible y la Industria del Turismo

La industria del turismo es masiva, involucrando una enorme variedad de personas como operadores turísticos y agencias de viajes que coordinan los paseos, empleados de aerolíneas y cruceros, conductores de bus, empleados de grandes hoteles y pequeños alojamientos familiares, artesanos, dueños de restaurantes, guías turísticos y toda la gente que de manera independiente ofrece bienes y servicios a turistas. La complejidad de este sector indica qué tan desafiante puede ser para los funcionarios de un área protegida y las comunidades locales aprender y formar alianzas con la industria del turismo.

Los miembros de la industria del turismo son valiosos para el turismo sostenible por varias razones. Primero, entienden las tendencias de viaje. Ellos saben cómo actúan los viajeros y qué quieren. Segundo, la industria del turismo puede influenciar a los viajeros, motivando un buen comportamiento y limitando los impactos negativos sobre áreas protegidas. Tercero, la industria del turismo juega un papel clave en promover y realmente practicar el turismo sostenible. Sus miembros saben cómo llamar la atención de los viajeros a través de publicaciones, Internet, los



medios de comunicación y otras formas de promoción. De esta manera, proveen un vínculo entre los destinos de turismo sostenible y los consumidores.

## Otros actores

Discutimos brevemente los efectos del turismo sobre AMPs, comunidades locales, ONGs y la industria del turismo en sí. Ésta no es una lista completa de actores afectados por el turismo. A lo largo del resto de este módulo, continúe pensando en otras organizaciones, sectores económicos, divisiones gubernamentales, etc., que puedan ser afectadas por el turismo en su área y que puedan jugar un papel en el desarrollo del turismo sostenible.

### 3.3 REPORTES DE ESTADO DE LOS SITIOS DEL ETPS

#### **Isla del Coco, Costa Rica**

*Los participantes darán una presentación sobre el estado del turismo en y alrededor de la Isla del Coco*

#### **Isla Coiba, Panamá**

*Los participantes darán una presentación sobre el estado del turismo en y alrededor de la Isla Coiba.*

#### **Isla Malpelo, Colombia**

*Los participantes darán una presentación sobre el estado del turismo en y alrededor de la Isla Malpelo.*

#### **Isla Gorgona, Colombia**

*Los participantes darán una presentación sobre el estado del turismo en y alrededor de la Isla Gorgona.*

#### **Las Baulas, Costa Rica**

*Los participantes darán una presentación sobre el estado del turismo en y alrededor de Las Baulas.*

#### **Islas Galápagos, Ecuador**

#### ***Material de Trabajo 3.5 - Galapagos Visitor User Fees***

*(El siguiente es un extracto del Material de Trabajo "Galapagos Visitor Use Fee":)*

El Parque Nacional Galápagos está localizado en las Islas Galápagos y se encuentra a 1000 kilómetros de la costa de Ecuador. Tanto el parque nacional terrestre, como la Reserva Marina de Galápagos son internacionalmente reconocidos por sus extraordinarios ecosistemas, su increíble estado de conservación, sus visibles procesos evolutivos, su rica biodiversidad y el alto nivel de endemismo de sus especies de plantas y animales.





A pesar de que el parque nacional fue creado en 1959, la administración activa del parque y un turismo organizado comenzaron sólo en 1968. Tanto los administradores del parque como representantes de la industria del turismo se dieron cuenta de que si no trabajaban juntos para asegurar que el turismo se hiciera de manera responsable, las características únicas del ecosistema de Galápagos se verían muy deterioradas. En 1974 se creó un exhaustivo plan de manejo para el parque, que incluía una lista de sitios aprobados para ser visitados, y una zonificación que determinaba en qué lugares habría turismo (y otras actividades).

Los servicios del parque, junto con la Estación Científica Charles Darwin (CDRS por sus siglas en inglés), instauraron un sistema de guías naturalistas en 1975. Se requería que todos los grupos de turistas viajaran con un guía y todos los guías tenían que pasar un curso de entrenamiento para recibir una licencia para trabajar en el parque. Este requerimiento ha motivado a muchos residentes locales a involucrarse con el turismo, y a través del curso de entrenamiento y sus experiencias en el parque, valorar cada vez más la conservación de los recursos del parque y la reserva. El sistema de guías también ha ayudado a imponer las regulaciones del parque y a incrementar la presencia de las autoridades del parque a lo largo de sus 7000 km<sup>2</sup> de territorio. Los guías también han sido esenciales para asegurar que los visitantes se educan sobre el inmenso valor de conservación que tienen las Islas Galápagos.

**El primer plan de manejo estableció una capacidad máxima de 12,000 visitantes por año en el parque, una figura que fue rápidamente sobrepasada cuando el turismo se incrementó a su nivel actual de aproximadamente 100,000 visitantes al año.** A pesar de que se han hecho varios esfuerzos para establecer una capacidad de carga para el parque, ha sido difícil imponer los límites, debido a la complejidad y el número de factores que contribuyen al turismo en el Parque Nacional Galápagos. Gradualmente se ha hecho evidente que es más efectivo manejar los números de visitantes a nivel de sitios individuales con sus respectivas capacidades, así como monitorear muy de cerca los impactos de los visitantes. Las autoridades del parque ajustan los itinerarios de las lanchas para asegurar que los números de visitantes se mantengan dentro de los límites de cada sitio.

**La cuota de entrada que originalmente fue de \$6 dólares es ahora de \$100.** Esto no ha reducido el flujo de visitantes a las islas, pero sí ha permitido al gobierno ecuatoriano recaudar un mayor porcentaje de lo que gastan los turistas en las islas. Por muchos años, los ingresos generados por el Parque Nacional Galápagos llegaban al tesoro nacional. Con la creación de la Reserva Marina y una mayor responsabilidad para proteger las porciones marinas de Galápagos, lo cual no era posible sin el apoyo y participación de varias entidades de gobierno, las cuotas de entrada son actualmente divididas entre el parque nacional, el CDRS, las municipalidades locales y otras agencias gubernamentales. Se espera que esta distribución de los recursos genere un proceso más inclusivo para la protección ambiental de las Islas Galápagos.

**La pesca ilegal reciente en la reserva marina ha creado muchos conflictos entre conservacionistas e intereses de explotación de los recursos.** Los diferentes actores, dirigidos por el parque y el CDRS, han establecido un proceso de resolución de conflictos y una planeación participativa para el ecosistema marino, llamada Manejo Participativo (discutiremos esto más adelante en el módulo 7). Los principales actores se sientan en una misma mesa y llegan a conclusiones sobre el tamaño de capturas, zonas de pesca y otros temas relacionados. Sus primeros esfuerzos condujeron al establecimiento de la Ley Especial para la Provincia de Galápagos en 1998, la cual ha ayudado a decidir muchos temas relativos a la reserva marina, así como al turismo en las islas. Muchos conflictos se hubieran podido evitar si el Manejo Participativo hubiera funcionado cuando el turismo comenzó.

El turismo en Galápagos comenzó cuando el “ecoturismo” y el “turismo sostenible” no existían.



Sin embargo, a través de ensayo y error, los administradores del parque y representantes de la industria del turismo han creado gradualmente una situación que se aproxima a lo que el ecoturismo representa: beneficios para la comunidad, para el sector privado y para la conservación de los recursos, educación de los visitantes, sostenibilidad económica para el parque nacional y manejo del impacto del turismo. El proceso no ha sido fácil, y la situación actual tampoco es perfecta, pero un grupo de diversos intereses fue creado, lo cual asegurará que las cualidades únicas de las Islas Galápagos se continúen protegiendo.

#### ***Discusión: Comparando los estudios de caso***

*Compare los estudios de caso de turismo presentados hasta el momento para el Corredor Marino de Conservación del Pacífico Oriental Tropical. ¿Cuáles son las similitudes y las diferencias? ¿Cómo afecta la escala y la demanda de turismo las posibles estrategias de manejo? ¿Qué dificultades surgen en cada caso, y cómo piensa Ud. que podrían ser evitadas?*

### **3.4 DESARROLLANDO UNA VISIÓN PARA EL TURISMO**

Un elemento esencial de la planeación del turismo es la “visualización” - crear una imagen de la situación ideal para el turismo sostenible en su área. La visualización es un proceso para imaginar los mejores resultados posibles del turismo sostenible y para definir las metas de turismo hacia las que Ud. quiere que su AMP y la comunidad se dirijan.

Una sesión de visualización se centra en tres preguntas:

1. **¿En dónde estamos en este momento?** Discuta la situación actual del turismo en su AMP y la comunidad, y todo lo relacionado (incluyendo factores económicos, sociales y políticos)
2. **¿En dónde queremos estar?** Pida a los participantes “soñar” sobre la situación ideal del desarrollo del turismo en la comunidad y el AMP. ¿Cuál sería el escenario óptimo del turismo en el futuro, en caso de que la financiación, política, acceso al mercado, etc., no tuvieran importancia?. Ésta es su visión.
3. **¿Cómo llegamos ahí?** Compare la situación presente con la situación ideal en el futuro. ¿Qué pasos se necesitan para alcanzar la visión deseada a partir de la situación actual?

#### ***Material de Trabajo 3.6 - Visualización de un Destino Turístico***

#### ***Ejercicio: Visualización del Turismo para su AMP y el ETPS***

Divídase en pequeños grupos por AMP, y desarrolle una visión del turismo para cada área. En 30 minutos, los pequeños grupos presentan su visión a los otros. Luego, desarrolle una visión para todo el Corredor (30 minutos). Empiece por identificar algunas visiones en común entre los sitios.

Ahora que Ud. tiene una visión para el AMP, es el momento de analizar fortalezas, debilidades, y aspectos únicos de cada AMP y su comunidad local. ¿Qué exactamente tienen que ofrecer a un turista? ¿Por qué un turista debe venir a visitar el AMP? Éste será el enfoque del módulo 5.