

# Gestión Adaptativa del Turismo en Áreas Protegidas de Iberoamérica



# Gestión Adaptativa del Turismo en Áreas Protegidas



de Iberoamérica

Edita: Organismo Autónomo Parques Nacionales

Coordinación técnica: Eduardo Crespo de Nogueira y Creer  
Jesús Casas Grande  
Nuria Manso Hernández  
Leticia Calvo Vialettes  
Pilar Gorría Serrano  
Sira Membrado García-Cesto

Depósito legal:

Diseño gráfico: [nuriatornero@gmail.com](mailto:nuriatornero@gmail.com)

Imprime: Egraf, S.A

# Índice



<b>Presentación</b> .....	<b>5</b>
<b>1ª Jornada: Modelos e infraestructuras de Uso Público: Respuesta a una demanda cambiante</b> .....	<b>7</b>
Ponencia Marco: El Turismo, Instrumento de Conservación. <i>Javier Gómez-Limón García</i> (España).....	9
Ponencia Directriz: Modelos e infraestructuras de Uso Público: Respuesta a una demanda cambiante. <i>José Ángel Arranz Sanz</i> (España) .....	17
Caso de sitio: La infraestructura de uso público del Parque Nacional Iguazú: hacia la excelencia y la calidad para la conservación de los recursos naturales y culturales. <i>Raúl Romero</i> (Argentina).....	27
Caso de sitio: Métodos e Infraestructuras de Turismo en el Parque Nacional Galápagos. Isla San Cristóbal. <i>María Elena Flores</i> (Ecuador) .....	35
Caso de sitio: Hotel Spa Ecológico Posada de Cerro La Vieja: un equilibrio entre naturaleza y desarrollo social. <i>Alfonso Jaén Conte</i> (Panamá).....	47
Caso de sitio: Infraestructuras en la Reserva de Biosfera Jaragua-Bahoruco-Enriquillo: modelos para un ecoturismo atractivo, participativo y educativo. <i>Matilde Mota Guerrero</i> (República Dominicana) .....	53
<b>2ª Jornada: Productos, servicios y profesionales: El turismo como vínculo entre las áreas y la sociedad</b> .....	<b>59</b>
Ponencia directriz: La promoción y comercialización de los productos turísticos de naturaleza. Actividades productivas en los espacios naturales protegidos: turismo y ocio organizado. <i>José María De Juan Alonso</i> (España) .....	61
Caso de sitio: Ecoturismo y Comunidades Locales en Parque Nacional Puyehue. Región de Los Lagos. <i>Carlos Poblete Barros</i> (Chile) .....	93
Caso de sitio: Ecoturismo en Parques Nacionales Naturales de Colombia, aliados de la conservación. <i>Clara Rocío Burgos Valencia</i> (Colombia) .....	101
Caso de sitio: Avances y retos para la participación local en turismo dentro de las Áreas Naturales Protegidas: Caso Reserva Nacional Pacaya Samiria. <i>Federico Murrugarra Villanueva</i> (Perú).....	115



**3ª Jornada: Ecoturismo: Iniciativas para la sostenibilidad en Espacios Naturales Protegidos y Reservas de la Biosfera ..... 121**

Ponencia directriz: Ecoturismo: Iniciativas para la sostenibilidad en Espacios Naturales Protegidos y Reservas de la Biosfera. *Ángeles de Andrés* (España)..... 123

Caso de sitio: “El Parque Nacional de Lençóis Maranhenses – una experiencia exitosa en turismo y comunidades en el Nordeste de Brasil”. *Kimiko Matsumoto* (Brasil) ..... 153

Caso de sitio: Parque Nacional San Guillermo. Proyectos Productivos y de Capacitación en Turismo y Producción de Artesanías. *Aylen Fabiana Mereta* (Argentina) ..... 159

**Mesa redonda “Uso público y nuevos paradigmas en Áreas Protegidas”.. 165**

**Participantes en el seminario..... 173**

# PRESENTACIÓN



Las áreas protegidas son en Iberoamérica el principal instrumento para la conservación de los ecosistemas y de la biodiversidad. El desarrollo socioeconómico del continente está incidiendo en los recursos naturales de forma cada vez más directa, y los países iberoamericanos buscan en la cooperación internacional los apoyos adecuados para garantizar el carácter sostenible y conservacionista de su progreso.

Desde 1998, el Ministerio de Medio Ambiente de España y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, principalmente a través del programa Araucaria XXI, vienen realizando actuaciones de cooperación con diversos países de Iberoamérica en materia de planificación, gestión y conservación de las áreas protegidas.

En el año 2005 nació, en el contexto específico de la colaboración OAPN –AECID, la iniciativa de realizar un seminario autodidáctico anual en materia de áreas protegidas en Iberoamérica, inaugurada con la celebración, en Santa Cruz de la Sierra (Bolivia) del titulado: “Conservación y Sociedad en el Siglo XXI”, con el fin de iniciar un proceso de puesta en común entre gestores iberoamericanos y españoles.

Constatado el interés general por la continuidad de estas citas, albergadas en los Centros de Formación de AECID en Iberoamérica, en octubre de 2006 se celebró el seminario “Las Áreas Protegidas como instrumentos de Conservación en Iberoamérica” en la ciudad de Antigua, Guatemala. Con él se inició el tratamiento de aspectos específicos, a partir del planteamiento de presentación genérica que tuvo el seminario del año anterior.

En Antigua se propuso que el tercer seminario, celebrado en Cartagena de Indias en octubre de 2007, tratase sobre “Gestión Adaptativa del Turismo en Áreas Protegidas de Iberoamérica”.

De acuerdo con la doctrina generada en el seno de Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), y establecida formalmente en el Quinto Congreso Mundial de Parques, el Turismo en las áreas protegidas y sus entornos debe diseñarse como vehículo de la Conservación. Carece de sentido si no contribuye a ella. Y puede hacerlo principalmente por dos caminos: por un lado, construyendo un apoyo social a partir de la concienciación acerca de la amplísima gama de valores implicados, desde los espirituales a los económicos pasando por los culturales y recreativos; y por otro, contribuyendo con nitidez a la mejora de la calidad de vida local y comarcal, generando incentivos de apoyo a los conocimientos, valores y usos tradicionales coherentes con los parques, y ejerciendo la protección y el respeto de los lugares emblemáticos o de algún modo sagrados.



Bajo esta premisa se celebró el seminario que, al igual que los anteriores, reunió a técnicos y gestores de una docena de países del ámbito iberoamericano. Las ponencias dieron lugar a encendidos debates, aunque siempre con el punto en común de la conservación del territorio como fundamento de la actividad humana en él.

Se prevé que un nuevo seminario, sobre temas de máxima actualidad para las áreas protegidas de iberoamérica, dé continuidad en 2008 a esta ya consolidada tradición de los encuentros.

Modelos e  
infraestructuras  
de Uso Público:  
Respuesta a  
una demanda  
cambiante



**1ª Jornada**

---





# Ponencia marco: EL TURISMO, INSTRUMENTO DE CONSERVACIÓN

Javier Gómez-Limón García  
Oficina Técnica de EUROPARC-España / Fundación Fernando González Bernáldez. ICEI  
España

## 1. INTRODUCCIÓN

En los últimos 40 años la superficie protegida a nivel mundial ha aumentado de forma considerable. A mediados de los años 60 del pasado siglo solo se contaba con un 3% de territorio protegido, en el último informe de la Comisión Mundial de Áreas Protegidas de la UICN (WCPA Strategic Plan 2005-2012) se afirma que la superficie terrestre protegida a nivel mundial se acerca casi a los 20 millones de kilómetros cuadrados, esto supone el 13% de la superficie de nuestro planeta. De esta forma, los espacios naturales protegidos se han consolidado como la estrategia más ensayada para alcanzar el objetivo prioritario de la conservación de la naturaleza. Además ya nadie pone en duda los numerosos bienes y servicios ambientales con los que los espacios naturales protegidos contribuyen al bienestar de la sociedad. Entre otros, pueden destacarse el mantenimiento de la diversidad biológica y de la calidad de los paisajes, la regulación hídrica y de los ciclos de nutrientes, la producción de suelo, la protección ante catástrofes naturales, la aplicación de modelos para el desarrollo sostenible, la provisión de lugares para la educación, la ciencia, y la cultura, y especialmente en los últimos años, como enclaves excepcionales para el recreo, el ocio, el esparcimiento y el disfrute de los ciudadanos.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo en espacios naturales se ha convertido en la modalidad turística que más ha crecido en los últimos años. Su crecimiento anual se acerca al 20%, y ya supone un 15% del turismo mundial. Algunas cifras corroboran esta tendencia. En el Reino Unido más de un millón de personas pertenecen a la Real Sociedad para la Protección de la Aves y realizan desplazamientos frecuentes nacionales e internacionales con el objetivo de observar aves silvestres. La cadena montañosa de los Alpes es visitada cada año por más de 100 millones de personas. Un enclave como la Antártica se ha sumado recientemente a este "circuito turístico verde" y recibe anualmente más de 50.000 visitas. En España una agencia mayorista de viajes comercializa esta visita por unos 8.000 euros y 11 días de duración. Una actividad como el avistamiento de cetáceos, al suroeste de la Isla de Tenerife, congrega anualmente a cerca de 1 millón de usuarios y moviliza recursos por un valor total de más de 15 millones de euros



anuales. En el año 2000 los ingresos producidos por el turismo de naturaleza en España superaron los 1.800 millones de euros.

Los espacios protegidos ocupan en este contexto una posición de privilegio al ser identificados como puntos de referencia por la excelencia de los valores naturales que albergan -fauna, flora y paisaje- además del valor añadido que su visita supone, con la existencia de una serie de equipamientos y servicios de acogida e información para el visitante. Costa Rica recibe anualmente más de un millón de turistas que se gastan en el país 1.100 millones de dólares, de estos visitantes, el 65% visita un espacio protegido. Los parques nacionales de EE.UU son visitados anualmente por cerca de 300 millones de personas. En España, los Parques Nacionales reciben más de 11 millones de visitantes al año. La totalidad de las áreas protegidas españolas reciben anualmente más de 50 millones de visitas. Durante los últimos años el ritmo de crecimiento de esta afluencia fue del 3% anual.

En este contexto, en el último Congreso Mundial de Parques de la UICN celebrado en la ciudad Sudafricana de Durban en el año 2003, se reconocía que las actividades recreativas y turísticas son factores importantes que pueden ser aprovechados para incrementar el apoyo de la sociedad a los espacios protegidos, fomentando la conservación de su patrimonio cultural y natural. El turismo en espacios protegidos puede concebirse como una herramienta para la conservación, y si se utiliza de forma adecuada, ayudará a aumentar la sensibilización de los visitantes respecto a los valores del espacio y la necesidad de su conservación y al mismo tiempo se podrán generar ingresos que ayuden a mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales (cuadro 1). Un estudio desarrollado en el año 2003 sobre el valor económico del uso recreativo y turístico de la comarca de Doñana, una zona que recibe cerca de 4 millones de vistas al año, puso de manifiesto que este enclave supone un bien ambiental con un valor estimado de 4.800 millones de euros, que genera unos beneficios recreativos anuales de unos 120 millones de euros.

Cuadro 1. El turismo como instrumento de conservación

Un turismo ordenado y planificado es una oportunidad y un instrumento de conservación para el espacio protegido ya que contribuye a:

- Mejorar la organización interna del espacio protegido en general y en particular el área de uso público como la unidad que se ocupa de la gestión de los visitantes.
- Mejorar la oferta de actividades, servicios, e infraestructuras a los visitantes.
- Alcanzar un compromiso con el entorno para garantizar una oferta de calidad turística a los visitantes y respetuosa con la conservación.
- Poner en marcha un sistema de evaluación continua de la gestión de visitantes.
- Aumentar la sensibilización de los visitantes, de la población local y de los empresarios turísticos sobre el espacio protegido, sus problemas de gestión y en general sobre los problemas medioambientales.
- Ofrecer formación continua a los técnicos del espacio protegido en los temas relacionados con el turismo sostenible, y a los actores turísticos sobre temas de conservación y desarrollo sostenible.
- Impulsar la dinamización socioeconómica del espacio protegido: creación de nuevas empresas y empleos, nuevos mercados para productos locales, mejora de infraestructuras, servicios y equipamientos comunitarios, nuevas cualificaciones profesionales y nuevas tecnologías.

Sin embargo, si no existe una planificación y una gestión adecuada, el turismo puede contribuir al deterioro del espacio protegido, y a largo plazo sus costos ecológicos,

sociales y culturales pueden ser considerables, implicando importantes consecuencias para su conservación e incluso influir negativamente en la propia experiencia recreativa del visitante.

## 2. LA CARTA EUROPEA DEL TURISMO SOSTENIBLE: UN INSTRUMENTO PARA LA CONSERVACIÓN Y EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS<sup>1</sup>

### 2.1. Antecedentes

La Carta Europea del Turismo Sostenible se inscribe en las prioridades mundiales y europeas expresadas por las recomendaciones de la Agenda 21, adoptadas en la Cumbre de la Tierra en Río en 1992. Fue elaborada por un grupo constituido por representantes europeos de los espacios protegidos, del sector turístico y de sus colaboradores.

La Carta pertenece a la Federación EUROPARC, organización formada por instituciones gestoras de espacios protegidos de Europa, y ha sido elaborada por un grupo constituido por representantes europeos de los espacios protegidos, del sector turístico y de sus colaboradores, bajo el patrocinio de EUROPARC. En ella se recoge la continuación de las recomendaciones propuestas por la Federación EUROPARC en un informe de 1993 titulado *Loving them to death? Sustainable Tourism in Europe's Nature and National Parks*. La Carta constituye una de las prioridades del programa de acciones "Parques para la vida" elaborado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) en 1994.

Los objetivos fundamentales de la Carta son:

- Fomentar el conocimiento y el apoyo a los espacios protegidos de Europa, que representan una parte fundamental de nuestro patrimonio y se deben conservar para que las generaciones actuales y futuras puedan disfrutar de estos espacios.
- Mejorar el desarrollo sostenible y la gestión del turismo de los espacios protegidos, teniendo en cuenta las necesidades del medio ambiente, de los residentes locales, las empresas y los visitantes.

La Carta refleja la voluntad de las instituciones encargadas de la gestión de los espacios protegidos y de los profesionales del turismo de favorecer un turismo que cumpla con los principios del desarrollo sostenible. La puesta en marcha de un turismo de este tipo requiere una reflexión global concertada y el refuerzo de todas las interacciones positivas entre la actividad turística y el resto de sectores del territorio. En la actualidad 47 parques europeos poseen la Carta, de ellos 17 son españoles.



<sup>1</sup>Basado en el texto Oficial de la Carta Europea del Turismo Sostenible en espacios protegidos



## 2.2. Los principios de la Carta. Turismo sostenible en los espacios naturales protegidos

Los principios de la Carta basados en el desarrollo de un turismo sostenible en el espacio protegido son los siguientes:

1. Implicar a todas las partes relacionadas con el turismo en el espacio protegido y su entorno, en la gestión y el desarrollo turístico del territorio.
2. Elaborar y aplicar una Estrategia de turismo sostenible y un Plan de Acción para el espacio protegido.
3. Proteger y promocionar el patrimonio natural y cultural del territorio para el turismo y con el turismo, evitando un desarrollo turístico excesivo que pusiera en peligro su conservación.
4. Ofrecer a los visitantes una experiencia de alta calidad en todos los aspectos.
5. Proporcionar información adecuada a los visitantes sobre los valores especiales y singulares del territorio.
6. Promocionar productos turísticos genuinos que permitan a los visitantes descubrir, comprender y establecer una relación con el territorio.
7. Ampliar los conocimientos sobre el espacio protegido y los temas de la sostenibilidad entre los actores relacionados con el turismo.
8. Garantizar la mejora de la actividad turística sin que por ello se reduzca la calidad de vida de la población local.
9. Aumentar los beneficios del turismo para la economía local.
10. Controlar e influir sobre los flujos de visitantes para reducir los impactos negativos que pudieran generar.

## 2.3. La estrategia de la Carta

La adhesión a la Carta debe conducir a la definición de una estrategia plurianual de desarrollo turístico sostenible y de un programa de acciones contractuales por y para el territorio y las empresas firmantes. En este contexto, el turismo ofrece un medio privilegiado para sensibilizar al gran público sobre el respeto al medio ambiente. Asimismo, representa un fuerte potencial de apoyo a las actividades económicas tradicionales y a la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales

La Carta se divide en tres Fases:

- I. Turismo sostenible para el espacio protegido
- II. Turismo sostenible para la empresa turística
- III. Turismo sostenible para los mayoristas de viajes

## 2.4. Estado actual de desarrollo y aplicación de la Carta

La Fase I de la Carta se encuentra actualmente en proceso total de aplicación en espacios protegidos de diversos países europeos. Los espacios protegidos que cumplan los requisitos detallados en el texto de la Carta podrán solicitar su adhesión como signatarios o "miembros" de pleno derecho de la Carta Europea y recibir el reconocimiento oficial que conlleva. Los procedimientos que se han de seguir en este proceso se han comprobado y están en marcha.

La Fase II de la Carta fue aprobada en mayo de 2007 y está iniciándose su aplicación en los espacios protegidos de diversos países europeos. Una serie de iniciativas piloto individuales están a la espera de la próxima aplicación práctica de la Sección II.

La Fase III, para mayoristas de viajes, no ha llegado todavía a su aplicación.

**Fase I. Turismo sostenible para el espacio protegido:** la Carta está dirigida a todo tipo de espacios protegidos. Para su aplicación, la organización gestora debe realizar un diagnóstico de las necesidades del territorio (problemas y oportunidades) elaborado y aprobado por los demás colaboradores locales (Foro de la Carta). Este diagnóstico tiene como objetivo establecer la orientación turística más apropiada en el futuro para el conjunto del territorio. La estrategia propuesta seguidamente por la organización gestora en el marco de la Carta debe desarrollarse y aplicarse en colaboración con los representantes locales del sector turístico, de otros sectores económicos, los residentes locales y las autoridades.



Beneficios que proporciona la Carta a los espacios naturales protegidos:

- Ser distinguido en Europa como territorio de excelencia en materia de turismo sostenible.
- Fijarse objetivos ambiciosos en materia de turismo sostenible.
- Incrementar la implicación de los profesionales del turismo en la planificación turística del espacio protegido.
- Influir sobre el desarrollo del turismo en su territorio.
- Reforzar su acción de sensibilización de los visitantes.
- Favorecer un desarrollo socioeconómico que sea respetuoso con el medio ambiente.
- Poseer un instrumento de planificación y de control para realizar el seguimiento y evaluar la política turística llevada a cabo en su territorio.

**Fase II. Turismo sostenible para la empresa turística:** la Carta representa un marco desde el que conseguir la implicación de las empresas turísticas con sede en los espacios protegidos. Las empresas turísticas son colaboradores fundamentales de la organización gestora para el desarrollo de la estrategia turística de la zona y deben participar en el proceso a que se hace referencia en la Fase I precedente. La Fase II de la Carta contempla la ampliación de esta implicación, permitiendo a las empresas turísticas trabajar con la organización gestora del espacio protegido para recibir reconocimiento individualizado como empresas adheridas a la Carta. Para ello se requerirá un diagnóstico por parte de cada empresa de toda su actividad, es decir, la adecuación entre su oferta y lo que los visitantes esperan, y las medidas que se han de adoptar para la valorización del patrimonio local. También significa tener en cuenta el medio ambiente y el desarrollo sostenible en la gestión de la empresa. Cada empresa formulará sus propias ideas para lograr el turismo sostenible y su aplicación práctica, en colaboración con el espacio protegido.

Beneficios que proporciona la Carta a las empresas turísticas:

- Estar ubicados en un espacio natural protegido distinguido en Europa como territorio de excelencia en materia de turismo sostenible.



- Tener la posibilidad de participar activamente y de forma organizada en la planificación y desarrollo de un turismo sostenible en su territorio.
- Mejorar su comunicación con el espacio protegido.
- Tener la posibilidad de desarrollar nuevas oportunidades comerciales (nuevas clientelas, oferta fuera de temporada, oferta orientada hacia el descubrimiento de la naturaleza y el patrimonio cultural, etcétera).
- Mejorar la organización y la calidad de la oferta turística general del territorio y aumentar la satisfacción de los visitantes.
- Beneficiarse de asesoría para mejorar la calidad de su oferta o productos turísticos.
- Dotar de valor añadido a su oferta con nuevos y exclusivos argumentos:
  - En un lugar de gran valor paisajístico, natural y cultural, donde además la Carta garantiza que se trabaja activamente por conservarlo para siempre.
  - Un producto o servicio de calidad y sostenible.
  - La empresa está comprometida con el turismo sostenible, por ello sus clientes, al elegirla, también contribuyen a la conservación de los valores y la mejora de la calidad de vida de la población local.

#### a. Condiciones de acceso a la Carta para las empresas turísticas

La empresa turística que quiera adherirse a la Carta Europea de Turismo Sostenible deberá:

Estar ubicada o desarrollar sus actividades en el ámbito de aplicación de la Carta Europea de Turismo Sostenible, definido en el momento de la acreditación del espacio natural protegido (normalmente incluye el espacio natural protegido y su área de influencia socioeconómica).

Cumplir la legislación vigente que le sea de aplicación (licencia de apertura o de actividad económica, con el alta fiscal de la empresa, estar inscrita en el registro de turismo de su Comunidad Autónoma, contar con la autorización del espacio natural protegido para desarrollar las actividades que lo requieran, etcétera).

Las actividades de la empresa turística deberán ser compatibles con la estrategia de turismo sostenible y la normativa del espacio protegido (legislación, instrumentos de gestión, estrategia de turismo sostenible de la Carta Europea de Turismo Sostenible).

La empresa ha de formar parte del Foro de Turismo Sostenible creado en cada espacio natural protegido en el marco de la Carta Europea de Turismo Sostenible. Esta participación ha de ser activa, ya sea a título individual o a través de una asociación de turismo.

Formalizar un compromiso con el espacio natural protegido en el que ambos definan sus compromisos (objetivos, acciones, duración), con un plazo de ejecución adecuado.

#### b. Proceso de adhesión de las empresas a la Carta

1. INFORMARSE. Solicitar al espacio natural protegido la información y documentación relativa al proceso de adhesión de los empresarios a la Carta.

2. FORMARSE. Asistir a las actividades formativas que promueva o supervise el espacio natural protegido para apoyar a las empresas a adherirse a la Carta. Concretamente recibirán ayuda para:

- Comprobar que la empresa cumple los requisitos exigidos por parte de EUROPARC y del propio espacio natural protegido a las empresas turísticas en él ubicadas.
- Realizar el Diagnóstico de la situación de partida de su empresa.
- Elaborar el Programa de Actuaciones que se compromete a desarrollar en los tres años siguientes a su adhesión.

3. SOLICITAR. Enviar al espacio natural protegido la solicitud de adhesión a la Carta.

4. COMPROBAR. Verificación por parte del espacio natural protegido de la conformidad de la solicitud y del compromiso de la empresa.

5. FIRMAR. Rubricar el Acuerdo de Adhesión con el espacio natural protegido y recibir el Certificado de Adhesión.

6. TRABAJAR. Durante los 3 años siguientes la empresa y el espacio natural protegido desarrollarán las actuaciones a las que se comprometieron en el Acuerdo de Adhesión, y realizarán un seguimiento de su grado de cumplimiento.

7. RENOVAR. Al cabo de los tres años, para mantener su acreditación, la empresa deberá elaborar un nuevo Programa de Actuaciones, siguiendo nuevamente los pasos 1 a 7.

**Fase III.** Turismo sostenible para los mayoristas de viajes: esta fase constituye un marco para asegurar la implicación de los mayoristas de viajes que incorporan los principios del desarrollo sostenible a sus servicios turísticos y que organizan viajes a y dentro de espacios protegidos. Los mayoristas que trabajen en el marco de la Carta deberán aceptar trabajar en colaboración con la autoridad responsable de la estrategia en el espacio protegido y los proveedores de servicios turísticos locales, analizando la compatibilidad entre su oferta y los objetivos de la zona. El flujo de visitantes no debe destruir los recursos patrimoniales que los turistas vienen a disfrutar.

### 3. ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS Y TURISMO: ALGUNAS CUESTIONES PARA LA REFLEXIÓN

A continuación se exponen algunas cuestiones de interés que pueden ser objeto de debate en relación al turismo en espacios naturales protegidos:

- El turismo no suele estar contemplado como una actividad económica más dentro del espacio protegido. Esto genera problemas en el momento de abordar su planificación y su gestión.
- Los espacios protegidos no tienen aún suficientemente planificado los aspectos relacionados con el uso turístico de su territorio: escasos recursos (humanos y materiales), insuficiente información, legislación y normativa inadecuada y no actualizada.





- Existen ciertas dificultades para planificar conjuntamente con el sector turístico la utilización de los recursos: conceptuales (crecimiento versus sostenibilidad), inexistencia de foros de encuentro, problemas de comunicación, escasa formación en turismo por parte de los técnicos de espacios protegidos y viceversa.
- No se ha valorado aún suficientemente los efectos y la evolución del turismo sobre los espacios protegidos. Se deben diseñar y aplicar indicadores de tipo ambiental, socio-económico, sobre el grado de satisfacción del visitante y sobre la gestión (eficacia administrativa).
- Existencia de una dificultad intrínseca en la compatibilización de la conservación de ciertos recursos naturales con algunas actividades turísticas.
- Escasa coordinación entre las distintas administraciones públicas que operan en el territorio (medio ambiente, turismo, agricultura y desarrollo) y de éstas con los grupos de asociaciones de empresarios y de desarrollo rural (conflicto de competencias).
- Escaso impulso y fomento de la participación activa de las poblaciones locales en la toma de decisiones, en el desarrollo de planes sectoriales y en los beneficios de turismo en los espacios protegidos.





Ponencia directriz:

# MODELOS E INFRAESTRUCTURAS DE USO PÚBLICO: RESPUESTA A UNA DEMANDA CAMBIANTE

José Ángel Arranz Sanz  
Director General del Medio Natural. Junta de Castilla y León  
España

---

## 1. ANTECEDENTES: LA DEMANDA DE USO RECREATIVO Y LA PLANIFICACIÓN DE USO PÚBLICO

La progresiva evolución de los hábitos de la población mundial hacia sociedades más urbanas en las zonas más desarrolladas y su mayor nivel de vida han motivado una demanda creciente de las actividades de ocio en contacto con la naturaleza. En la Región de Castilla y León (España), esta situación ha permitido el desarrollo de un sector terciario de servicios turísticos de naturaleza. Esta experiencia de nuestra región quizá sirva de modelo para otros territorios de similares características, donde los recursos naturales son valiosos pero se encuentran generalmente en áreas deprimidas en las que preciso buscar alternativas de desarrollo sostenible.

Castilla y León con más de 94.000 km<sup>2</sup> es la Comunidad Autónoma más extensa de España. Su población ronda los 2,5 millones de habitantes y sus áreas protegidas incorporadas a la red ecológica europea Natura 2000 superan el 25% de su territorio.

Las actividades recreativas en nuestro medio agrario tienen un amplio campo de actuación porque según los datos del Plan Forestal de Castilla y León, aproximadamente el 98% de los municipios de la Comunidad pueden considerarse rurales, siendo dos tercios forestales y el resto agrícola. Además, este sector de servicios puede ser, y en algunos casos es, un complemento económico a las tradicionales actividades agrícolas, ganaderas y forestales locales. A todo ello ayuda el hecho de que, según el Estudio del Turismo de Naturaleza en España realizado por la Secretaría General de Turismo, evidencia un sector en alza y con usuarios de un nivel socioeconómico medio alto, con una formación académica media o superior y que genera un gasto significativo.

El turismo de naturaleza se caracteriza, en líneas generales, por ser una actividad integradora donde el visitante consume tanto recursos de naturaleza como otros asociados a esas áreas (culturales, etnográficos, gastronómicos, etc.). Esto motiva que la gestión global del recurso ha de ser necesariamente participada entre las diferentes administraciones, los sectores implicados -alojamientos, restauración, empresas de turismo activo, promoción, etc.- y, por supuesto, ha de contar con unos equipamientos de uso público asociados al medio que permitan disfrutar, con calidad y seguridad, de un contacto directo con la naturaleza.



Para que esta actividad se desarrolle adecuadamente y se consolide como un sector que colabora en el mantenimiento y la mejora de las economías locales se deben cumplir tres requisitos básicos.

En primer lugar, se realizará una planificación participada con todos los sectores interesados e implicados en el desarrollo de las actividades de naturaleza, de manera que se concrete un modelo de desarrollo territorial que garantice la preservación de los recursos.

En segundo lugar, los servicios suministrados se ajustarán a las expectativas de los visitantes. El éxito de que un destino de ocio en la naturaleza progrese y capte de manera permanente una cuota adecuada de mercado, que permita su pervivencia, depende de que la percepción final del visitante sea en su conjunto positiva, y para ello, han de funcionar adecuadamente todos los agentes participantes en su desarrollo, cumpliendo con unos estándares satisfactorios de calidad. Esta calidad es determinante en el sector porque aunque es un turismo en alza, sus numerosos destinos deben competir para captar la demanda. Considerando que el usuario medio posee un nivel sociocultural medio-alto, sus expectativas de calidad también lo son, asociadas a su vez a un territorio que subjetivamente le proporciona calidad (medio forestal y natural).

En tercer lugar, es fundamental que las poblaciones locales perciban positivamente este nuevo uso que se desarrolla en su territorio, donde van a compartir actividad. Es necesario que los sectores no directamente ligados a este uso público del territorio no lo consideren como una dificultad sobrevenida a su actividad económica. No son raros los ejemplos donde las comunidades locales, mayoritariamente agrarias, se han opuesto en sus orígenes a la declaración de un Espacio Natural por pensar subjetivamente que este proceso iba a dificultar el desarrollo de sus actividades productivas. Además, y de manera más específica, la administración forestal deberá utilizar, dentro de los instrumentos de gestión de montes, aquellos métodos que técnicamente sean viables para su manejo según las condiciones específicas de cada monte y que se adapten a las demandas de los visitantes relativas a la percepción paisajística, la preservación de los valores naturales ligados a los terrenos forestales y de uso del territorio.

En cuanto a las actuaciones desarrolladas por la Consejería de Medio Ambiente cabe destacar las que tradicionalmente, y desde hace años, se han realizado en los montes de utilidad pública y que básicamente se centran en los equipamientos constituidos por merenderos, áreas recreativas, senderos, refugios, etc. Estas infraestructuras tienen un carácter valioso porque son el soporte físico de actividades de



ocio que redundan en las poblaciones locales tanto en beneficios directos (utilización de senderos por empresas de guías, etc) como indirectos (alojamientos, restaurantes, etc). Así, según los datos del último inventario, el número de equipamientos de uso público en Castilla y León asciende a 1.000. Estos equipamientos son muy demandados por los visitantes y por los habitantes locales, y en su gestión y diseño se deben cuidar tanto los aspectos de comodidad y seguridad de los visitantes como el de protección del entorno natural en el que se ubican.

Los equipamientos de uso público que han alcanzado un mayor desarrollo y una amplia promoción son los de la Red de Espacios Naturales –REN- ya que la Consejería de Medio Ambiente lleva a cabo actuaciones de impulso y crecimiento de las actividades de uso público dentro de los Espacios Naturales y que se plasma en la planificación, la ejecución de equipamientos y la prestación de servicios para el auge de las actividades recreativas.

Se entiende por uso público el conjunto de programas, servicios, actividades y equipamientos que, independientemente de quien los gestione, se ejecutan con la finalidad de acercar a los visitantes a los valores naturales y culturales de éste, de una forma ordenada, segura y que garantice la conservación, la comprensión y el aprecio de tales valores a través de la información, la educación y la interpretación del patrimonio.

Con los Programas de Uso Público de la Red de Espacios Naturales de Castilla y León se persiguen tres objetivos básicos que han de ser complementarios en su ejecución y que son la conservación de los valores naturales, la promoción de las actividades de educación ambiental y el desarrollo socioeconómico de los Espacios Naturales donde se ubican.

Como primer objetivo, para la conservación de un Espacio Natural es imprescindible que en su gestión se regule el uso público del mismo. La declaración de un Espacio Natural lleva con frecuencia asociado un incremento de visitantes. La adecuada ordenación de este flujo de visitas es una necesidad básica para asegurar la pervivencia de los valores que han motivado la protección de ese territorio. Así, ha de realizarse un análisis del potencial y de la preferencia y la fragilidad del entorno para el uso público, asignando unos usos de forma que se elabore una planificación que, en la medida de lo posible, compatibilice estos usos, de satisfacción a la demanda y no cree recelos y molestias a la población local. Esta planificación se plasmará en un diseño espacial y temporal adecuado de equipamientos, actividades y servicios que permita dirigir a los visitantes hacia las zonas aptas y en las épocas adecuadas para el uso público, y reservar el resto del territorio para otras actividades así como para el desarrollo de los procesos ecológicos propios de estos territorios.



De las diferentes actuaciones recogidas en los Programas de Uso Público, la creación de equipamientos es, quizás, la más fácilmente identificable por los usuarios. Éstos han de estar convenientemente señalizados y cumplir con unos criterios de calidad, seguridad y, en la medida de lo posible, accesibilidad. Dentro de los Espacios Naturales destacan las Casas del Parque ya que se convierten en un instrumento importante para el desarrollo adecuado de las actividades de uso público, al ofrecer una información gratuita y personalizada sobre todos los recursos de ocio que ese territorio les ofrece. La eficacia de este equipamiento, y por lo tanto su rentabilidad, está supeditada al número de visitantes que acude al Espacio Natural y quiera acercarse a la Casa del Parque. Por ello, es fundamental elegir una ubicación adecuada para esta infraestructura, teniendo en cuenta que no es un recurso turístico lo suficientemente atractivo, por lo que conviene situarla en una localidad de los accesos principales al territorio protegido y desde allí, mediante una información personalizada, derivar la mayor cantidad de visitantes hacia otros equipamientos del Espacio Natural; así se compatibiliza la afluencia de turistas con la conservación de los recursos naturales y se redistribuyen los beneficios generados entre los municipios que integran esta figura de protección. Además, esa atención personalizada permite informar más fácilmente y sensibilizar al visitante para que su actitud en la visita sea respetuosa con el entorno, haciéndole corresponsable de su conservación. Entre los servicios que ofrece la Casa del Parque se incluyen exposiciones que dan a conocer a los visitantes los valores naturales del Espacio, el diseño de la visita y la información sobre la normativa a cumplir, talleres para el desarrollo de las acciones de educación ambiental y espacios físicos para la celebración de actividades que dinamicen socialmente estos territorios protegidos.

Las Casas del Parque están abiertas a la participación y al disfrute de la población local. Así, cuando no hay actividades programadas se utilizan como lugares de reunión y para el desarrollo de talleres, teatro, cuentacuentos, etc., llenando de vida y sentido estas instalaciones y siendo un punto de encuentro entre el Espacio Natural y sus habitantes.

Otro equipamiento de gran interés son los senderos, que deben estar adecuadamente diseñados y balizados y además recogidos en un folleto de fácil comprensión para su seguimiento en campo al objeto de permitir al visitante un contacto directo y seguro con el Espacio Natural. Estos equipamientos también ofrecen la oportunidad de transitar por el territorio y cumplir con sus expectativas de andar, tocar, oler, en



definitiva, sentir el medio natural que han elegido conocer. En la amplia red de senderos deberá existir un número cuyo trazado sea fácil y posea una buena señalización para que las personas no habituadas a transitar por el medio rural no tengan la percepción de estar perdidas. Este equipamiento es el lugar idóneo para transmitir a través de carteles la información relativa a los recursos naturales, históricos, etnográficos, etc. ligados a su trazado.

El segundo objetivo incluido en los Programas de Uso Público es la educación ambiental de los visitantes, tanto locales como foráneos. Se pretende lograr que cada grupo de destinatarios conozca los valores naturales del territorio protegido a través de unos cauces específicos de comunicación, de manera que llegue a valorar, apreciar y disfrutar

responsablemente de los recursos que el entorno ofrece. Además, con estas actividades se quiere ir más allá del mero conocimiento del Espacio Natural visitado y se tratan también asuntos de interés general que tienen que ver con el comportamiento responsable como ciudadanos para con el medio ambiente. Para conseguir estos objetivos se crean unos equipamientos aptos y ejemplarizantes, como el uso de energías renovables, y se cuenta con un equipo de monitores formados en estas materias. Este proceso de formación y perfeccionamiento continuo del personal del Espacio Natural es otra de las herramientas fundamentales para lograr el éxito de estas actividades. Además, se elaboran programas con materiales educativos con el fin de consolidar una oferta constante y especializada para los diferentes usuarios (escolares, asociaciones, etc). Esta labor de educación ambiental se complementa con la edición de materiales divulgativos específicos y con la pandería explicativa de los distintos equipamientos (senderos, miradores, etc) y permite al visitante conocer y entender in situ dichos valores.



Por último, y no menos importante, hacer referencia al tercer objetivo de los Programas de Uso Público, el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales de los territorios protegidos; en este sentido, las actividades de naturaleza tienen gran importancia en las economías locales. Según la Organización Mundial del Turismo el crecimiento anual del sector es superior al 20% y supone en la actualidad un 15% del turismo mundial. En Castilla y León destaca el número de visitantes de la Sierra de Guadarrama, compartida con Madrid, que supera los 3 millones de turistas al año.

Como ya se ha indicado, para que el turismo de naturaleza se consolide debe realizarse un esfuerzo por ofertar calidad al usuario en el conjunto de productos que consume. En este sentido, en los Espacios Naturales protegidos de Castilla y León, destaca la puesta en marcha de varios sistemas de calidad. El proceso se ha iniciado con la implantación de un sistema de calidad asociado a los equipamientos, los productos y los servicios que el Espacio Natural oferta y que se plasma con la "Q" de calidad turística. Este sello ha sido elaborado por la Secretaría General de Turismo, a través del Instituto para la Calidad Turística Española, para diferentes sectores turísticos, entre ellos el uso público en Espacios Naturales Protegidos. Una vez acreditada la calidad propia, se desarrolla otro sistema de calidad regulado por la Carta Europea del Turismo Sostenible, en el que los objetivos de calidad y compromiso de desarrollo de actividades compatibles con la conservación de los recursos del territorio se extienden, comparten, participan y concretan con todos los sectores implicados en su crecimiento. La consecución de estas distinciones no sólo ayuda a una adecuada gestión de los recursos sino que mejora el entendimiento entre los diferentes agentes participantes y favorece la consolidación y la promoción, a través de campañas institucionales, de estas áreas como un destino de naturaleza de calidad a nivel nacional y europeo.

Otra medida complementaria para el apoyo a las economías locales es el desarrollo de una marca de calidad propia asociada a los productos y a los servicios



prestados o elaborados en la Red de Espacios Naturales y que dota a los productores interesados que acrediten una calidad adecuada de una estrategia propia de comercialización que asocia a la imagen de calidad del Espacio Natural Protegido con la de su producto.

En definitiva, el uso social del monte o el uso público del mismo están llamados a convertirse en unas actividades respetuosas con el territorio, que complementen a las economías locales y que aporten no sólo riqueza, sino también trabajos de calidad y conocimiento de los recursos y las vivencias que la población local y los visitantes foráneos pueden compartir.

## 2. LA ESTRATEGIA REGIONAL DE USO PÚBLICO DE CASTILLA Y LEÓN

Para lograr una mayor eficacia en el desarrollo de las actividades de uso público descritas, a la vez que uniformar y coordinar las actuaciones que se llevan a cabo en los diferentes espacios naturales de la región, se decidió elaborar la estrategia regional de uso público con los siguientes objetivos generales:

- a. Promover un modelo de uso público compatible con el desarrollo sostenible de la red de espacios naturales y su conservación.
- b. Establecer los criterios ordenadores de uso público de los espacios naturales protegidos que conforman la Red para:
  - Ordenar y regular el uso público de forma compatible con la conservación de los recursos naturales y culturales de los espacios naturales.
  - Poner en valor y acercar de forma ordenada los valores naturales y culturales de los espacios naturales de la región, tanto a la población local como a sus visitantes.
  - Establecer los mecanismos que aseguren la participación pública en la conservación del medio natural y en especial de la población local, asociaciones interesadas, agricultores y ganaderos afectados.
  - Identificar y fomentar las actividades económicas compatibles con la conservación de los recursos que puedan suponer una mejora de la calidad de vida de las poblaciones y de sus economías locales, así como un mecanismo de fijación e incremento demográfico.
  - Fomentar los usos educativos, científicos y recreativos, favoreciendo el conocimiento y disfrute del medio natural.
  - Integrar y difundir los equipamientos y servicios de uso público en la oferta turística, educativa y recreativa regional.
  - Facilitar el acceso a la naturaleza a todo tipo de público, con independencia de sus limitaciones físicas, psíquicas o sensoriales.

Los objetivos particulares de la Estrategia Regional de Uso Público de Castilla y León para la Red de Espacios Protegidos de Castilla y León son establecer los criterios ordenadores de uso público de los espacios naturales protegidos que conforman la Red para:

- *En relación con la gestión del espacio natural protegido*
  - Garantizar la conservación de los valores naturales y culturales de los espacios a través de la adecuada regulación del flujo de visitantes y las diversas actividades que estos puedan desarrollar en su ámbito territorial.

- Potenciar y compatibilizar la utilización recreativa, educativa y turística con la conservación del patrimonio natural y cultural de los espacios naturales.
  - Determinar las condiciones de acceso y los criterios que han de regir el desarrollo de los servicios y actividades recreativas, educativas, deportivas y turísticas, así como el uso de las instalaciones de uso público, prevaleciendo siempre los criterios de conservación.
  - Establecer el marco de colaboración con las instituciones y entidades implicadas para el desarrollo de iniciativas públicas y privadas relacionadas con el uso público, de forma que se atiendan los objetivos de conservación, las necesidades y demandas sociales de las que sean objeto los espacios naturales.
  - Definir un sistema de seguimiento y evaluación que permita detectar los efectos/ impactos de la aplicación de los Programas de Uso Público y así reorientar criterios y actuaciones en materia de uso público.
  - Establecer la estructura y contenidos de los programas de uso público de cada espacio natural de la red.
- *En relación con la población local y visitante*
    - Promover el conocimiento, la comprensión y el disfrute de los valores de los espacios naturales, induciendo comportamientos acordes con su conservación y protección.
    - Establecer mecanismos que potencien la participación de la población local y visitante en la conservación de los ecosistemas, el mantenimiento de instalaciones y la mejora de la gestión del uso público.
    - Posibilitar que los recursos económicos generados por las actividades de uso público reviertan en la economía de las poblaciones locales de su entorno y en la conservación de los espacios naturales.
    - Ofrecer un punto de encuentro y dinamización social de las actividades de la población local, no necesariamente relacionadas con el espacio.
  - *En relación con la gestión de recursos, equipamientos y servicios de uso público*
    - Efectuar un inventario y diagnóstico detallado de los recursos disponibles y necesarios para el uso público, como punto de partida para la correcta planificación y gestión.
    - Habilitar las infraestructuras y servicios necesarios para satisfacer y orientar de forma equilibrada la demanda social de naturaleza.
    - Optimizar la gestión, uso, mantenimiento y financiación de equipamientos y servicios de uso público bajo las premisas de mejora continua de los mismos y adecuación a la capacidad de acogida.
    - Perseguir un objetivo de calidad en la oferta de servicios y equipamientos al visitante.

El programa de uso público forma parte de los diferentes programas que vienen establecidos por el Plan Rector de Uso y Gestión. La planificación de uso público se gestiona mediante subprogramas, que organizan sectorialmente la actividad. La gestión adecuada del uso público queda a cargo de la Administración responsable del espacio, bien como gestor, bien mediante acuerdos con terceros. El responsable del programa de uso público debe coordinar las acciones entre los diferentes subprogramas y actuar de interlocutor sobre uso público ante los responsables de los demás programas de gestión del espacio natural.





Los subprogramas de uso público que se describen en la Estrategia son:

1. Subprograma de acogida
2. Subprograma de actividades
3. Subprograma de señalización
4. Subprograma de información y divulgación
5. Subprograma de interpretación y educación ambiental
6. Subprograma de comunicación y promoción
7. Subprograma de formación
8. Subprograma de voluntariado y participación
9. Subprograma de seguimiento y evaluación
10. Subprograma de vigilancia y seguridad
11. Subprograma de accesibilidad
12. Subprograma de calidad y gestión ambiental

Los subprogramas de uso público pueden estar dirigidos a diferentes colectivos; algunos programas están orientados hacia la gestión y organización del uso público, es decir, son de carácter interno, y otros están claramente orientados hacia colectivos ajenos al espacio, bien la población local, bien diferentes tipos de visitantes. Finalmente, existen otros de carácter horizontal, es decir, atienden a todo tipo de colectivos.

### 3. LAS INFRAESTRUCTURAS DE USO PÚBLICO

Esta Planificación del Uso Público, que mencionábamos, determinará los **equipamientos** precisos para atender a los visitantes (foráneos o locales). Para su ejecución, se han de programar las inversiones necesarias para su construcción, su adecuada gestión y evaluación.

#### 3.1. Los Equipamientos

Consideramos Equipamiento de Uso Público a la instalación fija o móvil destinada a prestar soporte físico a las actividades y programas de Uso Público. Su utilidad puede residir en sí mismo o en servir de recurso básico a servicios prestados por personal especializado. (Manual sobre conceptos de Uso Público en Espacios Naturales Protegidos. Europarc España).

**Su finalidad** es facilitar el disfrute, por parte de las personas que acuden a un Espacio Natural Protegido (ENP), de sus valores naturales, estéticos, culturales y etnográficos, con unas garantías de **calidad y seguridad**. Han de informar a estos visitantes de las actitudes de respeto a seguir en su visita, haciéndoles corresponsables de la conservación y buena gestión del mismo. Así mismo, han de ser un elemento dinamizador de la socioeconomía de ese territorio.



La calidad dentro de los equipamientos de Uso Público, es el elemento que nos asegura, por un lado que los recursos disponibles se utilizan racionalmente, y por otro, que aquellas personas que visitan un ENP, salgan satisfechas y con una

percepción favorable a las actividades que se realizan tanto para el disfrute por parte de los ciudadanos de los valores naturales, así como para su conservación. Esta calidad hay que asegurarla, tanto en los equipamientos como en los servicios. Es fundamental que el visitante vuelva a su hogar de la estancia a estos enclaves, con una satisfacción que fomente el interés por repetir su visita a él, o bien fomentar su viaje a cualquier otro de nuestra red de Parques. Es importante fomentar la implantación de Sistema de homologados de Calidad Turística, como puede ser en España, la "Q" de calidad turística de los Espacios Naturales.

En cuanto a la **Seguridad**, hay que ofertar equipamientos con unas instalaciones que posibiliten su visita sin riesgo. En Castilla y León se están desarrollando diferentes actuaciones en este sentido, como la implantación de los Planes de Autoprotección en las Casas del Parque, homologación de los senderos, por lo que su trazado es evaluado por técnicos especialistas de la Federación Española de Deportes de Montaña y en general, se informa de códigos de conducta y recomendaciones de uso en la visita a los ENP, que evite la existencia de situaciones de riesgo.

En Castilla y León, la gestión de los Equipamientos de Uso Público en los Espacios Naturales (a parte de aquellos que se hayan creado por iniciativa particular), corresponde directamente por la Consejería de Medio Ambiente a través de empresas adjudicatarias de los concursos de Servicios.

En el momento actual, se está trabajando en el siguiente modelo de gestión:

- El mantenimiento general de los Espacios Naturales, se realizará por empresas de servicios contratadas por la administración.
- Creación de los equipamientos básicos se realizará por inversión de la administración a través de concursos de obras.
- Funcionamiento de las Casas del Parque, se realizará a través de la Fundación del Patrimonio Natural, quien tendrá una encomienda de gestión.



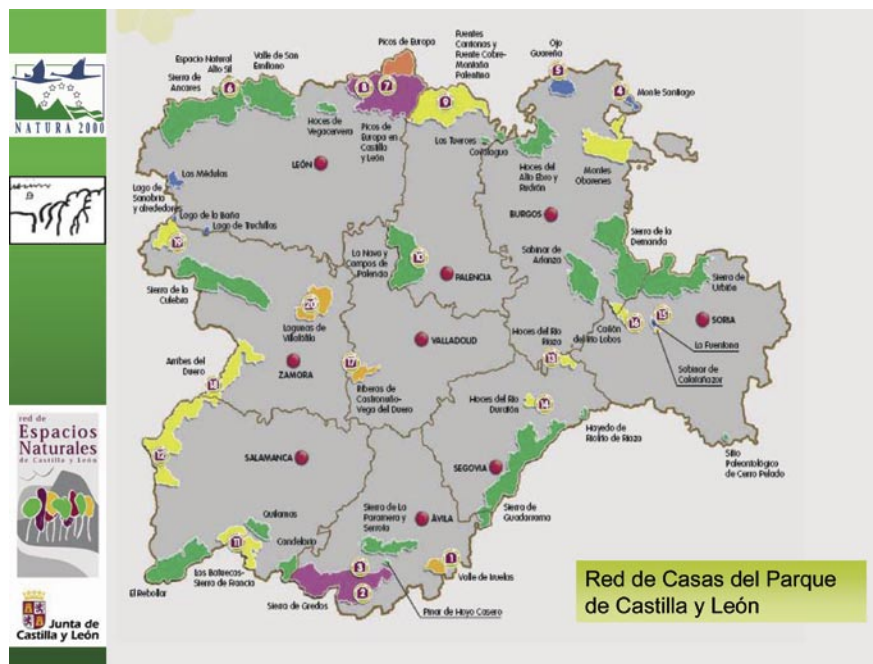
### 3.2. Las tipologías

Los equipamientos de Uso Público en un ENP se pueden agrupar (Manual sobre conceptos de uso Público en Espacios Naturales Protegidos. Europarc) en los siguientes tipos: de acogida e información, de educación ambiental, los recreativos y los de apoyo. Señalaremos a continuación, los más significativos:

- Los de **acogida e información**. Está compuesto, por las Casas del Parque, los puntos de información (en aquellos ENP donde por su ubicación, cumplan esta función) y los Centros Temáticos.

Las Casas del parque son el Equipamiento de referencia dentro de un Espacio Natural. Realiza labores no solo de información a los visitantes, sino que además es la oficina del Parque Natural, realiza actividades de Educación





ambiental y pretende convertirse en un espacio para la participación de todos aquellos colectivos interesados en el desarrollo del Espacio Natural. Es necesario ubicarlas en puntos atractivos para los visitantes.

- Los equipamientos **educativos** en el caso concreto de Castilla y León, están asociados a las Casas del Parque.
- Los equipamientos **recreativos** compuestos por merenderos, áreas recreativas miradores, observatorios y senderos. De este apartado subrayaremos los senderos. En Castilla y León los senderos dentro de los Espacios Naturales están homologados por la Federación Española de Deportes de Montaña (FEDME), como Pequeño recorrido (PR) o gran recorrido (GR). Para ello se persiguen unas condiciones específicas de trazado (apto para la población en general, evitar pasar por cimas, crestas, evitar carreteras, evitar trazados peligrosos) y señalización normalizada (balizamiento, panel de Inicio con Información y recomendaciones para el recorrido sendero, señalización vertical con distancias, tiempos entre etapas, municipios). Esta colaboración se considera muy positiva, puesto que la supervisión de un agente externo (FEDME) es básica para alcanzar unos niveles adecuados de calidad.
- Por último, los equipamientos de **apoyo** incluyen instalaciones como zonas de acampadas-Camping, refugios, albergues o aparcamientos. Los aparcamientos se consideran unos equipamientos imprescindibles para facilitar la visita al Espacio Natural, de manera que deberán estar correctamente indicados, aforados y marcados, para que los flujos de visitas no interfieran negativamente en la población local, y no se produzcan situaciones de riesgo por la congestión de vehículos.

Para terminar, recordar una vez más que disponemos en nuestras áreas protegidas del mejor entorno natural, tenemos la obligación legal y moral de conservarlas, pero también, de ponerlas a disposición de todos los ciudadanos para que puedan apreciarlas y disfrutar de ellas, por ello, debemos lograr el mejor producto turístico en el mejor entorno natural. Si somos capaces de ello habremos logrado dar los pasos para que el desarrollo sostenible de las áreas protegidas sea posible.

# Caso de sitio: LA INFRAESTRUCTURA DE USO PÚBLICO DEL PARQUE NACIONAL IGUAZÚ: HACIA LA EXCELENCIA Y LA CALIDAD PARA LA CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES

Raúl Romero  
Co-Director del Proyecto Araucaria XXI por Administración Parques  
Nacionales, Jefe Dpto Uso Público del PN Iguazú  
**Argentina**

**Resumen:** El presente trabajo tiene por objeto compartir un estudio de caso, relacionado con la infraestructura del Parque Nacional Iguazú de la Administración de Parques Nacionales de la República Argentina. Dicha Institución se propuso para satisfacer las necesidades de los visitantes y brindar excelencia y calidad en la prestación de los servicios, contar con una infraestructura de uso público que tienda a garantizar la conservación de los recursos naturales y culturales, brindando servicios de calidad para aproximadamente un millón de visitantes por año.

Teniendo en cuenta el propósito institucional, el área protegida cuenta con infraestructura para prestar servicios a los visitantes, clasificada en distintos sectores: a) sector institucional, b) sector de servicios para los visitantes, c) sector de traslado de visitantes y paseos por las cataratas, d) otras áreas de servicios y e) infraestructura fuera del Área Cataratas.

La infraestructura actual con sus correspondientes sectores tiende a satisfacer las necesidades de los visitantes, pero es necesario realizar una recomendación en el presente trabajo, ya que es prudente evitar que se siga construyendo infraestructura de servicios en el Área Cataratas, dado que el sitio está muy cercano a su saturación, salvo las ya previstas en las licitaciones. Asimismo, es necesario continuar estableciendo vínculos con todos los actores involucrados en el uso público del Parque Nacional (privados y estatales), como una estrategia para brindar servicios de calidad y tender a garantizar la conservación de los recursos naturales y culturales, distribuyendo los beneficios socioeconómicos de la actividad turística en la población local.



## 1. ASPECTOS GENERALES DEL PARQUE NACIONAL IGUAZÚ

Para contextualizar el trabajo que nos ocupa, es necesario brindar información relacionada con el área protegida. El Parque Nacional se encuentra ubicado en el Noreste de la República Argentina, en el Norte de la Provincia de Misiones, (Departamento Iguazú). Fue creado en el año 1934 con una superficie de aproximadamente 67.000 ha, con el objetivo de conservar una de las mayores bellezas naturales de la Argentina: las Cataratas del río Iguazú y la Selva Paranaense que las rodea. El relieve corresponde a una meseta basáltica, que alcanza altitudes de 700 m. El Parque Nacional Iguazú y su par el Do Iguazu (Brasil) fueron declarados Sitio Patrimonio de la Humanidad (1984 y 1986, respectivamente), por la excepcional belleza de las cataratas y por ser un área de alta diversidad biológica con especies en peligro de extinción.

## 2. BREVE CARACTERIZACIÓN DE LA VISITA

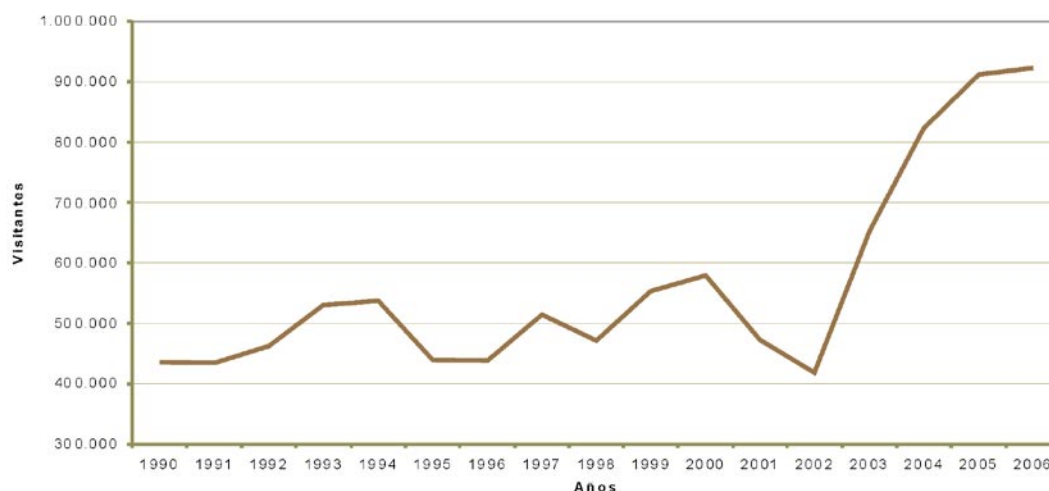
En la República Argentina, a partir del año 2002, las acciones locales, y la actividad turística comenzó a tener un destacado crecimiento, producto, entre otras razones, del tipo de cambio monetario, que ha posicionado al turismo receptivo en una alternativa competitiva a nivel internacional.

Este crecimiento del turismo justifica la necesidad de establecer una política de Estado dado que la actividad resulta prioritaria en especial, para las poblaciones locales, debido al ingreso genuino de divisas para equilibrar la balanza de pagos y la generación de múltiples oportunidades de empleo.

Por ello, la planificación e implementación de infraestructura para brindar servicios turísticos en las áreas nacionales protegidas se considera relevante, para instrumentar estrategias que contribuyan a compatibilizar el uso público con la conservación de la diversidad natural y cultural.

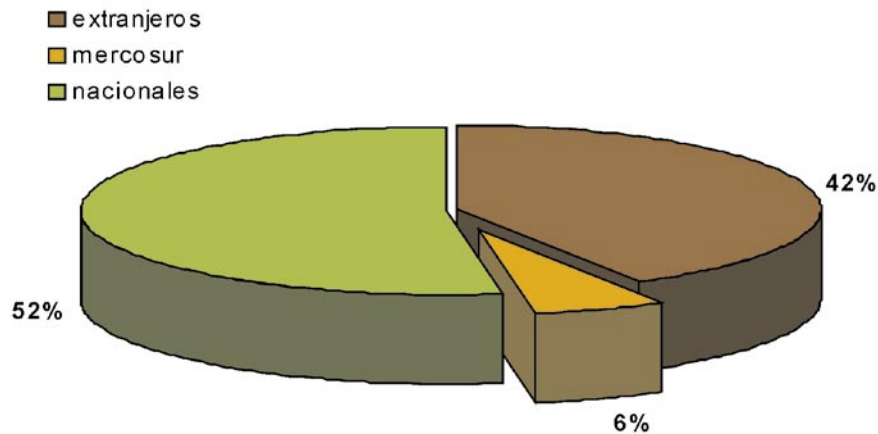
En este contexto, en el área protegida que nos ocupa, es necesario analizar la evolución de la visita en los últimos años así como, su procedencia para poder vincular las características de los visitantes con la infraestructura actual que ofrece el Parque Nacional.

Gráfico Nº 1: Número de visitantes al P.N. Iguazú (Período 1990-2006)



Fuente: P. N. Iguazú-Iguazú Argentina

Gráfico Nº 2: Distribución de los visitantes según origen (Año 2005).



Fuente: P. N. Iguazú-Iguazú Argentina

A modo de síntesis podemos concluir que la cantidad de visitantes al PN Iguazú tuvo un marcado incremento a partir del año 2002, producto de la devaluación de la moneda argentina y de la infraestructura que ofrece el Parque Nacional para recibir a los visitantes. En el año 2006 se observa una incipiente meseta, que se podría atribuir a problemas de sequías en las cataratas, eventos internacionales a nivel global y problemas en el tráfico aéreo. En cuanto a la procedencia de los visitantes, un poco más de la mitad son de origen nacional y el resto son extranjeros, especialmente europeos y estadounidense, y un pequeño porcentaje proviene de países del MERCOSUR. La visita, en general, no excede de dos días al Parque Nacional, arribando a éste en grupos organizados a través de empresas de turismo y de manera particular.

Los servicios que brinda el Parque Nacional Iguazú a estos visitantes, se implementan a través de los siguientes prestadores de servicios:

Cuadro Nº 1: Prestadores de Servicios del Parque Nacional Iguazú

Prestadores	Personal	Infraestructura y Servicios que brindan
Iguazú Argentina	230	Estacionamiento, paseos por el Área Cataratas, tren ecológico, paseos de luna llena, gastronomía, locales comerciales, cajero automático, primeros auxilios.
Jungle Explorer	90	Excursiones náuticas, cruce a la Isla San Martín.
Explorador Expediciones	6	Excursiones terrestres, paseo a la cascada del salto Arrechea (Puerto Macuco), paseo por el sendero Yacaratiá.
El Fortín	53	Gastronomía.
Hotel Sheraton	211	Alojamiento cinco estrellas.
Guías de turismo	181	Servicio de guías profesionales.
Fotógrafos	103	Servicio de Fotógrafos y Videos Operadores profesionales.
Artesanías Guaraníes	260	Venta de artesanías originarias.
Artesanos	3	Pintores paisajistas y tallador de madera
Empresas de Viajes y Turismo		Excursiones al PN Iguazú. En total son: 468 nacionales y 312 extranjeras.
Transportistas		Traslado de pasajeros al PN Iguazú. En total son: 66 transportistas nacionales y 54 extranjeras.
Transporte Público		Una empresa. Sale desde la localidad de Puerto Iguazú hacia el Parque Nacional Iguazú, con frecuencias cada 30 minutos.



La principal motivación de los visitantes es conocer las Cataratas del Iguazú. Teniendo en cuenta esta característica, la Administración de Parques Nacionales, se propuso contar con una infraestructura de uso público, que tienda a garantizar la conservación de los recursos naturales y culturales del área protegida y brindar excelencia y calidad en la prestación de los servicios.

### 3. INFRAESTRUCTURA DE USO PÚBLICO

El área de uso público intensivo del parque nacional se concentra en aproximadamente 200 ha, denominada Área Cataratas. En un principio, la infraestructura para brindar servicios se encontraba muy cercana a los saltos; a partir del año 2001 se reorganiza la visita, construyéndose nueva infraestructura en un área antropizada (antigua pista de aterrizaje del aeropuerto), a partir de ese momento, se cambió la modalidad de traslado de los visitantes: de autobuses se pasó a un sistema de trenes.

Los visitantes arriban al Área Cataratas en autobuses y vehículos particulares. Por vía terrestre, se puede acceder por las Ruta Nacional Nº 12 y por la Ruta Nacional Nº 101 que atraviesa el Parque Nacional. La localidad más cercana al Parque es Puerto Iguazú, a 17 km de distancia. Por vía aérea, hay varios vuelos nacionales e internacionales, que hacen escala en Puerto Iguazú (Argentina), Ciudad del Este (Paraguay) y Foz do Iguazú (Brasil). El aeropuerto de Iguazú dista 7 km del área de las cataratas. El transporte público de pasajeros permite acceder al Parque Nacional desde la localidad de Iguazú con un servicio cada media hora.

En el camino de acceso al Área Cataratas del Parque Nacional Iguazú, se encuentran las cabinas de cobro de boletos de ingreso a cargo de una cooperativa. Una vez pagado el ingreso, los visitantes son trasladados al Portal de Ingreso. Así, los autobuses estacionan sus unidades en su respectivo estacionamiento y, por su parte, los vehículos particulares hacen lo propio en el suyo.

A partir de este momento, la infraestructura de uso público del Área Cataratas del Parque Nacional Iguazú, se divide en grandes sectores: a) Institucional, b) De servicios para los visitantes, c) Sector para el traslado de visitantes y paseos por las cataratas, d) Otras áreas de servicios y e) Sector fuera del área cataratas. A continuación, se detallan cada uno de los sectores:

**a. Sector institucional:** está compuesto por: El Portal de Acceso, El Centro de Visitantes y el Anfiteatro. En el Portal de Acceso, se inicia la visita propiamente dicha, se realiza el control de entradas por parte de la empresa concesionaria, asimismo se da inicio al sector institucional, ya que aquí se encuentran los guardaparques que reciben a los visitantes, los guías y los fotógrafos profesionales del PN Iguazú.



A 50 metros del Portal de Acceso, se encuentra el Centro de Visitantes Yvyrá Retá, que en idioma guaraní significa "El país de los árboles". El ingreso es gratuito y se recomienda que los turistas lo visiten al comienzo de su recorrido, para aprovechar mejor su caminata por los diferentes paseos. El centro cuenta con dos sectores: uno natural, que muestra los ambientes que protege el parque, y otro cultural, que da cuenta de la historia del lugar, la llegada a la región de los guaraníes, posteriormente de los jesuitas, los colonos europeos, y los conservacionistas que trabajan desde la creación del Parque. El centro también cuenta con un auditorio para reuniones, que puede albergar hasta 150 personas.

En frente del centro de visitantes, a 50 metros, se encuentra el Anfiteatro, que está concebido para realizar espectáculos al aire libre y actividades de educación ambiental. Tanto el Centro de Visitantes como el Anfiteatro están atendidos por personal de la Administración de Parques Nacionales.

**b. Sector de servicios para los visitantes:** Aquí se concentran los restaurantes, los puestos de ventas de recuerdos, las artesanías, el cajero automático, el locutorio (servicios de teléfonos públicos e Internet), los negocios de ropa y piedras preciosas, el puesto de información turística y los puestos de ventas de excursiones náuticas y de ecoturismo. Estos servicios son brindados, mayoritariamente, por la empresa concesionaria del Parque Nacional, a excepción de la venta de artesanías guaraníes, que está a cargo de 20 artesanos del pueblo originario mbyá guaraní. La información y la venta de las excursiones náuticas y de ecoturismo están a cargo de concesionarios y prestadores de servicios del área protegida. En este sector se inicia la excursión de ecoturismo, fuera del Área Cataratas, que ofrece un acercamiento a la selva en visitas guiadas con vehículos abiertos.

**c. Sector de distribución de visitantes y paseos por las cataratas:** El inicio de este sector está marcado por una rotonda que dirige el flujo de visitantes hacia los saltos de dos maneras: una por un sendero denominado Verde y la otra, desde la Estación Central, donde el Tren de las Cataratas (un tren de trocha angosta), traslada a los visitantes hasta el inicio de los paseos y pasarelas. Cuenta con tres estaciones: Estación Central, Estación Cataratas (paseos Inferior y Superior) y estación Garganta (paseo a Garganta del Diablo). El servicio es brindado por la empresa concesionaria. En este sector se encuentran los siguientes paseos:

**Paseo Inferior:** A este paseo circular de 1.200 metros, se puede acceder desde una rampa o por una escalera, que posibilitan la observación de la mayor parte de los saltos, de frente y desde abajo, en distancias que varían desde amplias panorámicas y vistas lejanas de la Garganta del Diablo y saltos brasileros, hasta acercamientos donde, si el visitante lo desea, puede disfrutar de la lluvia lateral del Salto Bossetti. La duración de este paseo es de dos horas. Este recorrido no es apto para todo público, ya que tiene escaleras que equivalen a un edificio de ocho pisos. Desde el paseo inferior, se puede acceder a la Isla San Martín, a través de un servicio gratuito de botes. La parte superior de la Isla equivale a subir un edificio de doce pisos.





**Paseo Superior:** Se accede desde una plazoleta. Es un paseo mayormente lineal de 1.100 metros de recorrido total (ida y vuelta). Las pasarelas elevadas llevan al visitante sobre la línea de caída de varios de los principales saltos, llegando hasta el borde de los mismos. Brinda una vista panorámica desde mayor altura. La duración de este paseo es de 1 hora y, de los tres paseos tradicionales, es el que requiere menor esfuerzo físico. No posee escaleras.



**Paseo a Garganta del Diablo:** Se accede a través del Tren de las Cataratas o por un sendero. A partir de Estación Garganta se realiza una caminata por la nueva pasarela, que serpenteando entre las islas, recorre 1.100 metros hasta los amplios balcones, ubicados junto al borde y frente de la Garganta del Diablo. La duración de este paseo es de dos horas. No posee escaleras. El Paseo Inferior y el de Garganta cuentan con servicios de bares y comidas rápidas. Todos los paseos cuentan con cartelería informativa. Durante las noches de luna llena, se realizan excursiones nocturnas al paseo de Garganta del Diablo.



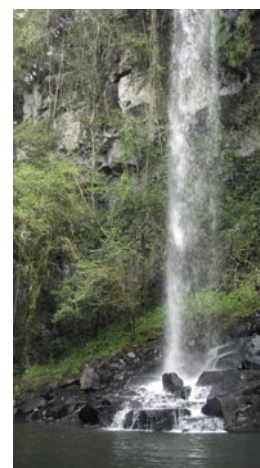
**d. Otras áreas de servicios:** como dijimos al comienzo de nuestro trabajo, durante el año 2001 se reorganizó la visita, construyéndose nueva infraestructura en un área antropizada. La infraestructura que ya se encontraban en el área cercana a los saltos continúa funcionando hasta la actualidad. Este sector cuenta con: a) un alojamiento cinco estrellas de una cadena internacional, que posee la titularidad del predio, b) un sector de gastronomía que cuenta con capacidad mínima para 700 personas distribuidas en un restaurante, un local de comidas rápidas y otro de bebidas y golosinas. Los tres locales pertenecen a un mismo dueño, que posee la titularidad del predio. c) excursiones náuticas a cargo de una concesionaria, que cuenta con tres modalidades: 1) la Gran Aventura, es un paseo que se inicia en este sector, recorre por un camino interno del parque hasta llegar a un puerto, donde los pasajeros son embarcados, navegan por el río Iguazú Inferior hasta llegar a las cataratas. La atracción principal es la vista panorámica de los saltos desde el agua y la introducción de los gomones debajo del agua de los saltos. Esta excursión que puede iniciarse tanto por tierra como por agua, 2) La Aventura Náutica que es sólo el tramo descrito anteriormente por agua y 3) el

Paseo Ecológico, que consiste en una flotada por un tramo del delta del Iguazú superior, donde se puede observar la flora y la fauna.

En este sector, también se encuentra el denominado Viejo Hotel, que no está en operatividad. Actualmente funcionan allí oficinas de investigación del Parque Nacional, y está prevista su restauración para uso exclusivo institucional, relacionado con el uso público.



- e. Infraestructura fuera del área cataratas:** Aquí se encuentra: 1) el Sendero Macuco. Este sendero de trekking es una de las salidas tradicionales para la observación de la naturaleza. Es una antigua picada de extracción forestal de 3.600 metros de longitud por ambiente selvático. Permite acceder a una cascada de 20 metros en plena selva. 2) Área recreativa El Ñandú, para la próxima temporada esta previsto su inauguración destinada a la población local y 3) la Ruta Nacional 101 donde se realizan excursiones para la observación de aves.



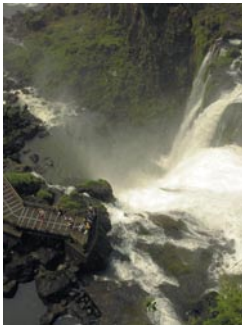
#### 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta la infraestructura actual del Parque Nacional Iguazú, cuyo propósito es satisfacer las necesidades de aproximadamente un millón de visitantes por año y brindar excelencia y calidad en la prestación de los servicios, garantizando la conservación de los recursos naturales y culturales, se arriba a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- La infraestructura actual con sus correspondientes sectores tiende a satisfacer las necesidades del millón de visitantes por año, brinda calidad en la prestación de los servicios y tiende a garantizar la conservación de los recursos naturales y culturales del área protegida.
- Evitar seguir construyendo infraestructura de servicios en el área cataratas, dado que el sitio está cercano a su saturación, salvo, las ya previstas en las licitaciones.
- Finalizar las construcciones ya previstas en los pliegos de licitaciones, tanto de la actual concesionaria como de la futura concesión de excursiones náuticas.



- Aprovechar que se inicio el proceso de actualización del Plan de Manejo para consolidar la decisión de evitar nuevas construcciones en el área cataratas.
- Afianzar los vínculos con la comunidad local, para evitar proyectos ajenos a las necesidades del área protegida.
- Marchar hacia una planificación conjunta con el Parque Nacional Do Iguazú (Brasil), para definir políticas y estrategias de conservación conjuntas del Sitio Patrimonio Mundial de la Humanidad.
- Realizar una planificación participativa para la actualización del Plan de Manejo del Parque Nacional, que contemple nuevas áreas de uso público, para satisfacer las necesidades de la población local y para aquellos visitantes que requieran actividades de ecoturismo.
- Por último, establecer vínculos con todos los actores involucrados en el uso público del Parque Nacional (privados y estatales), como una estrategia para brindar servicios de calidad y tender a garantizar la conservación de los recursos naturales y culturales, distribuyendo los beneficios socioeconómicos de la actividad turística en la población local.



# Caso de sitio: MÉTODOS E INFRAESTRUCTURAS DE TURISMO EN EL PARQUE NACIONAL GALÁPAGOS. ISLA SAN CRISTÓBAL

María Elena Flores Estrella  
Responsable de Uso Público. Parque Nacional Galápagos  
Ecuador

Las Islas Galápagos tienen una extensión: 761.844 ha, el 97% de la superficie es área protegida. Son reconocidas a nivel mundial por ser el centro de investigación donde nace la teoría de la evolución de las especies, presentada por Darwin en 1861, debido a que los procesos evolutivos siguen ocurriendo bajo las condiciones especiales de las islas. El clima, la amplia diversidad física y geomorfológica, el aislamiento geográfico, hacen de estas islas y de su naturaleza, un espacio único en el mundo.

La actividad turística ha sido el factor determinante del crecimiento y desarrollo de las Islas Galápagos en los últimos 30 años. El turismo ha determinado el carácter de las políticas de conservación y el modelo de crecimiento espacial de las Islas.

Uno de los principios más importantes de la visitación a Galápagos debe ser el "Turismo de Naturaleza", adoptando para ello los 18 principios expresados en la Carta Mundial del Turismo Sustentable (Lanzarote, 1995), así como la Declaración de Québec sobre el Ecoturismo (2002). Por ello, se considera fundamental difundir entre los operadores turísticos la necesidad de dirigirse a un público objetivo interesado en disfrutar de la naturaleza y no hacia otro tipo de productos turísticos incompatibles con la conservación de los espacios protegidos del Archipiélago. (Plan de Manejo del Parque Nacional Galápagos PNG, 2005).



En 1934 el Gobierno del Ecuador decidió designar a las Islas Galápagos como un Santuario de Vida Silvestre, con la idea de conservar los recursos naturales existentes.

En 1959 el Archipiélago tomó la categoría de Parque Nacional, por la diversidad de especies de flora y fauna, rasgos geológicos y hábitat de importancia para la ciencia, educación, recreación y mantenimiento del área en su condición natural, preservaciones de rangos ecológicos, estéticos y culturales, siendo prohibida cualquier explotación u ocupación.

En 1979 se declara a Galápagos como Patrimonio Mundial de la Humanidad por el Comité de Patrimonio de las Naciones Unidas, y en 1985 como Reserva de Biosfera. (INEFAN-GEF, 1998).

El 18 de Marzo de 1998 fue creada La Reserva Marina de Galápagos (RMG) por el Gobierno del Ecuador a través de la Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y el Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos (LOREG).

El territorio de la RMG está comprendido de una franja de 40 millas náuticas medidas a partir de la línea base que rodea el Archipiélago y las aguas interiores, lo que genera una superficie protegida de aproximadamente 138.000 Km<sup>2</sup>. Es la primera Reserva Marina del Ecuador y una de las más grandes a nivel mundial.

El 13 de diciembre del 2001 la RMG, fue incluida en la lista de Patrimonios Naturales de la Humanidad, reconociéndose de esta manera su valor ecológico, cultural, educacional y económico para la conservación y el mantenimiento de las especies únicas en el mundo. (Danulat. et al., 2002)

A Galápagos se le han otorgado otros reconocimientos Internacionales: Santuario de Ballenas en 1990; y en el 2002 se declararon a los ecosistemas de humedal Zona RAMSAR.

Por todos estos reconocimientos y pese a que se ha incluido a Galápagos en la lista como patrimonio en peligro, la Dirección del Parque Nacional Galápagos (DPNG) como parte del Marco Conceptual de referencia de su Plan de Manejo, plantea la necesidad de generar un nuevo modelo alternativo de relaciones entre naturaleza y sociedad, que pueda ser sustentable ambiental, social y económicamente, en la búsqueda de la calidad frente a la cantidad, para cumplir con esta meta se adopta el ambientalizar la política educativa, para formar galapagueños que conduzcan el desarrollo socioeconómico del Archipiélago hacia modelos sustentables, que reemplacen el modelo actual en que prima el **cuánto más, mejor** y pasar a un modelo en que prime el **cuánto mejor, más**.

Para lo cual el **Plan de Ordenamiento Territorial Regional** se considera como la columna vertebral del modelo territorial de la región al establecer los elementos básicos para la organización y estructura del territorio galapagueño.

Este Plan de Ordenamiento, en coordinación con el **sistema de zonificación del PNG** y de la RMG, debe distribuir racionalmente los usos y actividades, así como delimitar áreas de protección y establecer criterios para la localización y ejecución de infraestructuras. El sistema de zonificación de la DPNG se articula básicamente sobre la disposición espacial de dos zonas, definidas en función de un gradiente de conservación de sus ecosistemas:

1. Zona de Protección Absoluta
2. Zona de Conservación y Restauración de Ecosistemas



Para las islas pobladas se establece una tercera zona o banda periférica que se acopla sobre la de Conservación y Restauración, denominada:

### 3. Zona de Reducción de Impactos

En el sistema de zonificación se organizan y se implantan de manera estratégica dos elementos que funcionan a modo de redes:

1. Red de Sitios de Uso Público Ecoturístico
2. Red de Sitios de Uso Público Especial



## 1. RED DE SITIOS DE USO PÚBLICO ECOTURÍSTICO

Se define a la Red de Sitios de Uso Público Ecoturístico a los lugares repartidos por diferentes islas del Archipiélago que presentan un rango amplio en el estado de conservación de sus ecosistemas, desde muy conservados hasta alterados; sin embargo todos contienen elementos paisajísticos, geóticos, bióticos o históricos representativos de Galápagos y que por las condiciones de accesibilidad y resiliencia de los mismos, soportan la presencia de visitantes, locales y externos, de manera individual o colectiva y de forma autoguiada o guiada. En estos sitios se desarrolla actividades de uso público vinculadas a las de educación e interpretación ambiental.

El objetivo general del PNG es fomentar el uso público y turismo sustentable en las áreas protegidas de Galápagos con un perspectiva regional, que asegure la conservación de la integridad ecológica y la biodiversidad del Archipiélago y que contribuya a un desarrollo socioeconómico equitativo y solidario, especialmente, de las poblaciones locales, este modelo se sustenta fundamentalmente en la aplicación simultánea y periódica de diversas herramientas técnicas de manejo basadas en sistemas informáticos, que han permitido un manejo turístico en Galápagos sustentado a la supervisión de itinerarios, monitoreo de sitios de visita y del nivel de



satisfacción de los visitantes y toma de decisiones con sustento técnico, utilizándose como herramientas las siguientes:

- Registro de patentes para la Operación Turística
- Registro de los permisos de navegación de las embarcaciones turísticas
- Registro y actualización de los itinerarios de las diferentes embarcaciones de los tours navegables
- Registro y control de guías naturalistas
- Registro de tarjetas de entrada al PNG
- Capacidad de carga de los diferentes sitios de visita terrestre
- Registro del Control turístico en los sitios de visita
- Registro del Monitoreo de los sitios de visita terrestre, sus indicadores y estándares
- Registro del Mantenimiento de los sitios de visita terrestre

Para lo cual el Plan de Manejo entiende como Uso Público dentro de las áreas protegidas de Galápagos al conjunto de actividades y prácticas llevadas a cabo por personas locales y visitantes, relacionadas con el recreo, la cultura y la educación que son apoyadas por un conjunto de programas, servicios e instalaciones que, independientemente de quien los gestione, deben garantizar el manejo adecuado del área protegida.

## 2. MODELO DEL TURISMO EN GALÁPAGOS

En el marco de las leyes vigentes y en concordancia con el Plan de Manejo y los Planes Cantorales, la DPNG promueve para Galápagos un modelo de Turismo de Naturaleza, ambientalmente sustentable, económicamente viable y que privilegie la participación de la comunidad local. Este modelo se rige en la Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (LOREG), La Ley Forestal, Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (RETANP) y Administrativo PNG.

Para la conservación de la integridad ecológica y la biodiversidad de sus ecosistemas insulares y marinos, contribuyendo a la calidad de vida de sus habitantes, el Uso Público en el Archipiélago estará supeditado a los objetivos prioritarios de conservación de los espacios naturales protegidos de Galápagos, integrándose y articulándose en el marco del Plan Regional y de la Estrategia de Acción del Plan de Manejo del PNG.

## 3. EL TURISMO EN EL MODELO TERRITORIAL EN RED

El Plan de Manejo promueve un ordenamiento territorial basado en una red de sitios de visita que vincula las actividades inmersas en la Operación Turística a un territorio. El presente programa adopta los perfiles recogidos por la visión a futuro de cada isla descrita tanto en el Plan de Competitividad Turística del Ecuador – Cluster Galápagos – como en el Plan de Desarrollo Estratégico de los Gobiernos Municipales para el desarrollo Ecoturístico con participación local, que define la identidad de cada cantón según sus características especiales:

- San Cristóbal: Capital cultural, ecológica y de aventura en mar y tierra
- Isabela: Ecoturismo puro y especializado

- Santa Cruz: Polo del desarrollo Ecoturístico regional, tierra de encuentros para la ciencia, las culturas y los deportes de naturaleza especializada

En este modelo cada isla habitada con su respectivo Consejo Cantonal de Turismo, se especializa y evita competir con las demás.

#### 4. LA CALIDAD FRENTE A LA CANTIDAD

La Oferta Turística debe orientarse a ofrecer al visitante un producto de calidad, basado en el turismo de naturaleza y ecoturismo, teniendo como destino la red de sitios de visita de los sistemas insulares y marinos protegidos, así como los atractivos de las zonas urbanas y rurales de Galápagos. El turismo será una actividad educativa, interpretativa y recreativa, para lo cual, este programa guarda especial concordancia con el Programa de Educación Ambiental e Interpretación.

#### 5. LA COORDINACIÓN INSTITUCIONAL Y LA PARTICIPACIÓN

La DPNG impulsará la coordinación necesaria con el Ministerio de Turismo, gobiernos seccionales, Junta Consultiva de Turismo, consejos cantonales de turismo, cámaras y asociaciones, entre otras organizaciones y gremios, y procurará la participación activa, consiente y responsable de la comunidad local, en la ejecución y veeduría social del programa.

#### 6. ROL DE LOS GUÍAS NATURALISTAS Y OPERADORES DE TURISMO

Dos de los factores que han contribuido al buen estado de la conservación de los espacios protegidos de Galápagos son:

- La existencia de operadores turísticos legalmente establecidos
- La obligatoriedad de que todos los grupos de turistas estén acompañados por un Guía naturalista acreditado oficialmente

Ambos actores interactúan directa e indirectamente con los visitantes y son co-responsables de precautelar el estado natural y recreacional de la red de sitios de visita.

#### 7. LOS CUPOS Y PATENTES TURÍSTICAS

Para realizar operaciones turísticas en el Parque Nacional Galápagos, será necesario obtener el cupo y la patente de operación turística en la modalidad que se vaya a





operar, los cuales se solicitan y se otorgan para la Operación principal. El otorgamiento de los cupos y patentes se basará en los principios recogidos en la LOREG y en el RETANP, dando prioridad al otorgamiento de los mismos a personas residentes que abandonen la actividad pesquera para desarrollar actividades turísticas.

## 8. CAPACIDAD DE CARGA

Contamos con 70 Sitios de visita terrestre con capacidad de carga establecida, distribuidos en la Red de Sitios de Uso Público Ecoturístico.

Según su ubicación en las distintas zonas del sistema de zonificación, su fragilidad y su vulnerabilidad evaluada en términos de la resiliencia de sus ecosistemas, los nodos o lugares de la Red de Sitios de Uso Público Ecoturístico se han clasificado en tres categorías, con un gradiente de restricciones de usos e infraestructuras permitidas. Estas categorías son:

1. Restringidos: 22
2. Intensivos: 15
3. Recreacionales: 33

### 1. Sitios de Visita de Uso Ecoturístico Restringido

SITIO	ISLA
Bahía Gardner	Española
Punta Suárez	
Cerro Brujo	San Cristóbal
La Galapaguera	
Punta Pitt	
Bahía Ballena	Santa Cruz
Cerro Dragón	
Mosquera	Seymour
Santa Fe	Santa Fe
Daphne Mayor	Daphne Mayor
Sullivan	Santiago
Playa Espumilla	
Sombrero Chino	Sombrero Chino
Punta Moreno	Isabela
Punta Albermarle	
Punta Tortuga Negra	
Volcán Alcedo	Floreana
Punta Cormorán	
Cerro Alleri	Genovesa
Bahía Darwin	
El Barranco	
Punta Espinoza	Fernandina



## 2. Sitios de Visita de Uso Ecoturístico Intensivo

SITIO	ISLA
Playa Ochoa	San Cristóbal
Las Bachas	Santa Cruz
Caleta Tortuga	
Isla Lobos	Lobos
Rábida	Rábida
Seymour Norte	Seymour Norte
Mina de Sal	Santiago
Puerto Egas	
Caleta Tagus	Isabela
Bahía Urbina	
Post Office	Floreana
Mirador de la Baronesa	
Plaza Sur	Plaza
La Playa	Bartolomé
Escalera	



## 3. Sitios de Visita de Uso Ecoturístico Recreacional

SITIO	ISLA
Asilo de la Paz	Floreana
La Loberia	
Puerto Chino	San Cristóbal
Puerto Grande	
Punta Carola	
Cerro Tigeretas	
El Junco	
Galapaguera de Cerro Colorado	
Centro de Interpretación	
La Loberia	
Bahía Tortuga	
Garrapatero	
Las Grietas	Santa Cruz
Los Gemelos	
Media Luna	
Cerro Crocker	
Puntudo	
Playa de la FCD	
Playa de los Perros	
Centro de Crianza Fausto Llerena	
El Mirador	
La Reserva /Chato	



Las Tintorerías	Isabela
Minas de Azufre	
Muro de las Lagrimas	
Concha y Perla	
Centro de Crianza Arnaldo Tupiza	
Laguna del Cementerio	
La Playa del Amor	
El Mirador del Mango	
Cerro Calzoncillo	
Volcán Chico	
Laguna Salinas	

En cada sitio de visita se prevén Normas Generales de Uso de los Sitios de Visita de Uso Ecoturístico.

- No se abrirán nuevos Sitios de Uso Público Ecoturístico de ningún tipo en Zonas de Protección Absoluta del Parque Nacional Galápagos, debido al incremento del riesgo de introducción de especies exóticas invasoras a los ecosistemas más prístinos y frágiles del área protegida.
- La DPNG mantendrá un sistema de monitoreo intenso en los sitios de visita por el gran valor de sus ecosistemas, su elevada fragilidad, su vulnerabilidad y para conocer el estado de conservación de los mismos. Se deberá fortalecer este monitoreo durante la fase de reconstrucción de un ecosistema perturbado (ENSO), pues las poblaciones de ciertas especies pueden llegar a niveles de abundancia críticos y requerirán protección frente a impactos antropogénicos producto de la visitación.
- La DPNG podrá cerrar los sitios de visita en forma temporal o permanente, cuando las circunstancias ambientales o de manejo así lo exijan. Bajo esta forma de manejo, la apertura o cierre de un sitio de visita implica un reajuste del resto de nudos de la red para adaptarse de una manera eficaz a nuevos escenarios que siempre implican un nivel importante de incertidumbre.
- Se establecerá la capacidad de carga turística en base al concepto de resiliencia ecológica y a la luz de los resultados se establecerá la asignación de itinerarios y restricciones para cada sitio de visita. Los futuros cambios en la Red de Sitios de Uso Público Ecoturístico se decidirán en base a los estudios de capacidad de carga, asociados con indicadores de cambio aceptable y otros elementos técnicos que soporten dichos cambios. Bajo estos instrumentos de planeamiento se asignarán los itinerarios fijos y flexibles para los operadores de turismo.
- Está totalmente prohibido salirse de los senderos diseñados para la visita turística.
- Las visitas se restringen a los senderos establecidos; a tal efecto, se demarcarán y mantendrán los senderos de tal manera que el visitante no tenga que salir de los mismos para percibir todo lo que el sitio pueda ofrecer.
- Los Guías Naturalistas están obligados a cumplir y hacer cumplir a los visitantes las normas de la Red de Sitios de Uso Público Ecoturístico y en general del PNG, definidas en las resoluciones administrativas emitidas por la Dirección del PNG, bajo pena de sanciones administrativas.

- Los operadores de turismo son responsables del cumplimiento de las normas y regulaciones del PNG en todos los ámbitos de su operación (embarcación, tripulación, guías y pasajeros), especialmente en el cumplimiento de las normas cuarentenarias en la red de sitios de visita. Los Guías Naturalistas serán los responsables de facilitar y vigilar el cumplimiento de estas normas.
- El horario de la visita será desde las 06:00 hasta las 18:30.
- Se permitirá infraestructura básica y su mantenimiento (muelles, senderos, señalización, entre otros) únicamente para garantizar la interpretación, la seguridad del visitante, y la conservación del sitio. La infraestructura debe hacerse de tal manera que la alteración al escenario natural sea la mínima posible.
- Se permitirán estudios científicos relacionados con los impactos que causan los Visitantes, conforme a lo establecido en las normas de uso y de control para las zonas del sistema de zonificación del PNG.

Para poder cumplir con un correcto manejo de los sitios de visita Ecoturístico se establecen los siguientes procedimientos:

- a. Para evitar aglomeración en sitios de visita, los operadores que cuentan con una patente de Operación Turística deben cumplir con itinerarios los cuales están establecidos de la siguiente manera:
  - Itinerarios Fijos: embarcaciones 20-100 pax
  - Itinerario Flexible: embarcaciones hasta 20 pax
  - Sistematización de Itinerarios asignados a 84 embarcaciones turísticas
  - Modalidad de Operación diario y navegable
  - CATEGORIAS: Servicios y protección ambiental
- b. Control el ingreso de turistas al Archipiélago mediante el llenado de una tarjeta de ingreso, esta información se ingresa en una base de datos, lo que nos permite conocer el número de visitantes que llegan a Galápagos.
- c. Se realiza la recaudación del impuesto por ingreso al PNG, montos que son distribuidos a las instituciones involucradas en la Conservación de Galápagos.
- d. Monitoreo y Mantenimiento de sitios de visita, para lo cual se cuenta con indicadores de monitoreo basándonos en los siguientes parámetros:
  - FÍSICOS
    - Presencia de basura
    - Amplitud del sendero/Erosión
    - Senderos alternativos
    - Graffitis



- SOCIALES
  - Satisfacción del visitante

#### Nivel de uso

- BIOLÓGICOS
  - Reducción de cobertura vegetal
  - Tolerancia de iguanas terrestres
  - Estado de las madrigueras
  - Ubicación de nidos de aves
  - Introducción de ratas
  - Plantas introducidas
  - Raíces expuestas
  - Invertebrados exóticos
  - Comportamiento de lobos marinos
- MANEJO
  - Estado de la infraestructura
  - Frecuencia de mantenimiento

Contar con esta información nos permite ejecutar el mantenimiento en los sitios de visita de es requerido, controles en las áreas protegidas y sitios de la red de Uso Público.

- e. Control de la Operación Turística nos permite, mediante el Patrullaje periódico, controlar embarcaciones, guías, cumplimiento de normativas para la visitación, etc., además de Cruzar información para verificar el cumplimiento de itinerarios, nº de pax, guías, etc, con la base de datos de itinerarios.
- f. Sistema de Guías Naturalistas: La DPNG deberá realizar la respectiva formación de Guías Naturalistas y de la Reserva Marina de Galápagos, además de realizar periódicamente cursos de ascensos, renovación de Licencias de Guías y Sistematización de la información generada por los informes de viaje de los guías naturalistas.
- g. Actualmente se cuenta con 84 Patentes de Operación Turística, de las cuales 76 son con modalidad de Tour navegable y 8 con modalidad de Tour Diario, con itinerarios fijes en horarios AM Y PM y se distribuyen de la siguiente manera:

PAX	Embarcaciones
10	3
12	4
14	4
16	53
18	1
20	8
32	2
36	1
40	1
48	2
80	1
90	1
100	3
TOTAL	84

## 9. RED DE SITIOS DE USO PÚBLICO ESPECIAL

Son los sitios en los que hay presencia permanente o casi permanente de población humana, con ecosistemas muy degradados, claramente limitados y regulados con el objeto de minimizar el flujo de efectos negativos hacia el Espacio Natural circundante. Se divide en dos tipos como dos subredes complementarias:

1. Sitios de Infraestructura Administrativa y logística
2. Sitios de Servicios Especiales

Los sitios de infraestructura administrativa y logística son áreas al interior del Parque Nacional Galápagos con infraestructuras e instalaciones necesarias para el funcionamiento de la administración y manejo del espacio natural protegido, así como de áreas para otras instituciones u organismos de apoyo vinculados a la conservación, investigación y educación. Estas instalaciones serán las estrictamente necesarias guardando armonía con el paisaje.

## 10. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Los sitios de infraestructura administrativa y logística se encuentran ubicados en las cuatro islas pobladas; son espacios poco extensos que albergan a las Oficinas Técnicas de Santa Cruz, San Cristóbal, Isabela y Floreana, a los Centros de Crianza y los Centros de Interpretación, la infraestructura logística (operaciones, comunicaciones, informática, energética, habitacional, etc.) e instalaciones de la Fundación Charles Darwin en la Isla Santa Cruz. Generalmente están ubicadas cercanas a las áreas urbanas y en muchos casos son parte de las zonas de uso público ecoturístico.

## 11. SITIOS DE SERVICIOS ESPECIALES

Son áreas delimitadas dentro del PNG considerablemente alteradas, que han absorbido el crecimiento urbano y actualmente soportan instalaciones y servicios de beneficio público o de apoyo comunitario. La asignación es a través de convenios de préstamo de uso de terrenos, sin que se constituya derecho real de ninguna especie y plenamente justificados (extracción de recursos pétreos, vertederos de desechos sólidos, etc.) Estos sitios se encuentran en la zona de reducción de impactos del PNG.

El desarrollo del turismo con participación local ha sido identificado como una meta en el Plan Regional; por ello, los terrenos que se otorgan deben preferentemente contribuir al mejoramiento del aspecto de los centros poblados, tomando en cuenta las expectativas del mercado del turismo de naturaleza que se anhela captar. Específicamente, estas tierras deben ser áreas que permiten un fácil acceso al entorno natural que es la mayor atracción para el turista de naturaleza que visita Galápagos. Para este fin, deben considerarse los siguientes puntos en el establecimiento de áreas verdes para apreciación natural:

- a. No se debe permitir ninguna clase de tráfico motorizado dentro de estas áreas.
- b. Se deben usar sólo especies nativas de Galápagos.
- c. No se debe permitir el acceso de animales domésticos.
- d. En general, no debe existir ninguna clase de infraestructura, con excepción de vías peatonales, información y educación ambiental. Únicamente se podrán asignar espacios para construcción de infraestructura turística para el fomento del turismo con participación local, en el caso de iniciativas impulsadas por entidades públicas locales, organizaciones productivas de carácter colectivo tales como cooperativas,



asociaciones u organizaciones no gubernamentales, sobre la base de proyectos técnicamente concebidos y sometidos previamente a estrictos mecanismos de evaluación técnica, ambiental, económica y social.

En la isla San Cristóbal contamos con sitios de Uso Público Especial como es el caso de:

1. Las instalaciones donde funciona la oficina de la Jefatura Técnica del PNG, además cuenta con procesos encargados de Uso Público, del Control de la RMG y áreas protegidas terrestres donde se ejecutan programas de erradicación de especies introducidas, áreas administrativas, financieras, carpintería y bodega.



2. Centro de Interpretación, el cual fue construido cercano a la zona urbana con la finalidad de reactivar el turismo con participación local.



3. Se habilitó senderos, escalinatas y rotulación en sitios de visita recreacional como: El Junco, Cerro Tijeretas, Lobería, Pto. Chino, Pto. Grande, La Galapaguera semi natural y Mirador de Cerro Colorado, con el fin de dar un servicio a la comunidad y operadores locales.

En el caso de los Sitios de servicios especiales se han realizado toma de datos para la construcción de un área para la Gestión de Residuos Sólidos con el fin de iniciar un programa de reciclaje en la población.

# Caso de sitio: HOTEL SPA ECOLÓGICO POSADA DE CERRO LA VIEJA: UN EQUILIBRIO ENTRE NATURALEZA Y DESARROLLO SOCIAL

*Alfonso Jaén Conte*

Socio activo y ex-presidente. Red Panameña de Reservas Naturales Privadas  
**Panamá**

## 1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo del turismo ecológico en la región viene mejorando, en los últimos años, como una alternativa para aquellos que buscan conectarse con la naturaleza y alejarse de aquello que implica vivir en una gran ciudad.

Panamá, por sus abundantes recursos naturales, se ha ido posicionando poco a poco como destino de turismo ecológico y rural y a su vez se ha comenzado a generar importantes acciones en la sociedad civil que responsablemente buscan un compromiso de cambio en imagen y comportamiento de las instalaciones turísticas de uso público. Un ejemplo de esto es la creación de una Red de Reservas Naturales Privadas de Panamá.

Este breve ensayo busca presentar un ejemplo de equilibrio con la naturaleza y desarrollo social en torno a una estructura pública como es el Hotel Spa Ecológico Posada de Cerro la Vieja así como mostrar el papel que ha desempeñado esta alternativa turística como motor de impulso para el desarrollo social en un entorno rico en flora y fauna y en capital social.

## 2. LA POSADA ECOLÓGICA DE CERRO LA VIEJA COMO DESTINO TURÍSTICO

En 1992, cuando inician las operaciones de la Posada, el entorno se encontraba degradado debido a la tala inmoderada de los bosques nativos para convertir el lugar en llanos para ganadería.

Ante la situación, se empieza a gestar la idea de la necesidad de devolver a la naturaleza un poco del equilibrio destruido y comenzar a regenerar los bosques.

Como respuesta a ello, la Posada de Cerro la Vieja fue





pensada como un destino que, además de ofrecer altos estándares de calidad y comodidad, fuera una opción distinta al turismo común y pudiera generar conciencia entre los visitantes de la importancia que debe tener la naturaleza en nuestra vida así como expresar que construir un hotel no implica invadir a las comunidades donde se inserta, sino por el contrario, fusionarse con ellas generando beneficios para ambas partes.

Es así como la Posada se somete a una serie de estudios ambientales, de inventarios de flora y fauna y se estructura dentro del marco del desarrollo sostenible en donde las personas mejoran su calidad de vida sin que se aumente el uso indiscriminado de los recursos naturales. Emprender una tarea así no es fácil, ya que había que cumplir con normas y disposiciones e integrar nuevas medidas en diversas áreas fundamentales como son el crecimiento económico y la equidad; la conservación de los recursos naturales y el desarrollo social pero los beneficios en el largo plazo serían muy importantes.

### 3. CRECIMIENTO, DESARROLLO SOCIAL Y CONSERVACIÓN: LAS TRES MÁXIMAS DE LA POSADA

La Posada comenzó a operar en 1992 y tuvo una buena acogida por los turistas, principalmente extranjeros, quienes encontraron en ella una alternativa distinta a lo que comúnmente se entiende por turismo.

Se decidió que en vez de ofrecer servicios como piscina, gimnasio y canchas de tenis se le diera al turista un espacio de paz y tranquilidad y se generara una conexión entre ellos y la naturaleza.

Las alternativas que hoy se ofrecen a los visitantes son principalmente la opción de transportarse a una realidad al natural, sin bullicio, ni la agitación que implica vivir en la ciudad. Posteriormente surgió la idea de construir un spa que ofrece terapias y masajes utilizando técnicas orientales y esencias naturales; un restaurante de comida saludable que utiliza productos orgánicos; y senderos para hacer caminatas en donde un guía del hotel los acompaña en recorridos que varían en tiempo y donde se pueden apreciar diversos ejemplos de flora y fauna.

Sin embargo, nada de lo que la Posada ofrece sería posible de lograr sin el apoyo de las comunidades cercanas.

En esta iniciativa, la Posada Ecológica del Cerro la Vieja comenzó a formar alianzas con los miembros de la comunidad para que el hotel no fuera sinónimo de invasión a su espacio y desequilibrio natural sino por el contrario se estableciera una relación "ganar-ganar" y se impulsara el desarrollo de la región.

El personal del hotel fue capacitado y entrenado para ofrecer servicios de calidad por lo que se generaron fuentes de empleo que no sólo contribuyeron al ingreso familiar sino que se comenzaron a generar cambios dentro de sus propios hábitos. Un ejemplo de ello es la dieta, ya ésta estaba limitada al consumo de únicamente ciertos alimentos, pero al ver que otros recursos también se podían aprovechar, las personas incluyeron en su dieta alimentos que se encontraban fácilmente en la región.

Otro ejemplo de crecimiento, desarrollo y conservación es el vínculo que se ha generado entre la comunidad de Vaquilla y el Hotel. Vaquilla se ha caracterizado por ser ejemplo de organización a nivel regional, pero sobre todo por tener una

conciencia ecológica que los ha convertido en uno de los principales portavoces del desarrollo sostenible y turismo rural a nivel nacional.

Primeramente se firmó un acuerdo de servidumbre ecológica entre la Reserva Natural Privada “El Remiendo” y el grupo de Amas de Casa de Vaquilla para conservar los recursos hídricos, proteger las áreas aledañas a los ríos y cuencas hidrográficas y sobre todo mantener el área en condiciones limpias que cuidaran el medio natural existente.

Asimismo se han impulsado iniciativas de conservación de la naturaleza en donde la Posada, como parte de una Reserva Natural Privada, fungiera como facilitador para brindar visibilidad a las acciones emprendidas por los miembros de la comunidad de Vaquilla y de allí han surgido importantes avances.

En Vaquilla se han desarrollado cultivos de agricultura orgánica para los cuales la Posada ha servido como facilitador y capacitador. Los resultados han sido tan buenos que se hicieron las gestiones para que el Municipio de Penonomé, declarara a Vaquilla como Área Ambiental de Carácter Especial para la Producción Orgánica, Capacitación Agro-ecológica y Destino de Turismo Rural.

El Día Mundial del Medio Ambiente, se presentó a las autoridades panameñas la Declaratoria Vaquilla 2007 la cual establece que:

*Los habitantes de la comunidad de Vaquilla, corregimiento de Chiguirí Arriba, distrito de Penonomé; conscientes de nuestras responsabilidades y deberes para cuidar el ambiente natural y compartir nuestras experiencias de producción orgánica con otras comunidades, hacemos la siguiente DECLARACIÓN:*

- *Velaremos por la conservación, manejo y uso razonable de nuestros recursos naturales.*
- *Hacer uso moderado de técnicas agrícolas identificado como rozas y quemas.*
- *Nos comprometemos a NO UTILIZAR agro-químicos u otros productos tóxicos al ambiente y a la salud humana.*
- *Velar por la protección y buen uso de las fuentes de aguas (micro-cuencas y cuencas hidrográficas) ubicadas dentro de los límites de nuestra comunidad.*
- *Constituir una comisión de fiscalización ecológica para monitoreo y contacto permanente con las autoridades correspondientes.*
- *Establecer alianzas con las autoridades competentes para que la comunidad de Vaquilla sea considerada dentro de las estrategias ambientales que ofrecen incentivos a grupos organizados, tales como: Pago por servicios ambientales y financiamiento para proyectos a comunidades que buscan la competitividad para salir de la pobreza.*



Con esta **DECLARACIÓN**, esperamos que el municipio de Penonomé, con las facultades legales que le permite la ley, pueda declarar a la comunidad de Vaquilla como “Área Ambiental de Carácter Especial para la Producción Orgánica, Capacitación Agro-ecológica y Destino de Turismo Rural”.

La Declaración tuvo muy buena acogida por las autoridades y ello hizo que Vaquilla fuera pionera en elaborar un documento como este que además está teniendo un impacto importante en el resto del país.

Además se emprendieron proyectos que hoy están caminando como la implementación de tanques biodigestores para sustituir las letrinas existentes por tanques sépticos y aprovechar la materia orgánica obtenida para formar composta que sirve como abono para los cultivos libres de agroquímicos.

También se está participando en concursos a nivel nacional e internacional para darle visibilidad a Vaquilla como ejemplo de comunidad comprometida con el medio ambiente y fomentar el intercambio de experiencias con otras organizaciones similares a nivel continental.

En materia educativa, se ha construido un centro de capacitación agro ecológica que le brinda, a personas mayores de 15 años, capacitación en materia de agricultura orgánica así como programas educativos que benefician a la comunidad. La gran mayoría de los adultos de la comunidad de Vaquilla han pasado por un proceso de capacitación en el Centro Agroecológico de la comunidad y se han llevado a cabo prácticas en las parcelas demostrativas, pero principalmente en los cultivos propios de cada una de las familias notándose un progreso en el manejo de prácticas de abonos y fungicidas orgánicos producidos por la propia comunidad.

En el año 2006, se constituyó formalmente la personería jurídica de la comunidad a través de la creación de la Asociación Pro Desarrollo Integral de Vaquilla y es la comunidad en pleno quien respeta las decisiones de esta Asociación. En este sentido, la comunidad participa en el diseño, planeación, ejecución y evaluación de las actividades realizadas para su beneficio. La Asociación cuenta con una planificación estratégica determinada con metas establecidas en el corto, mediano y largo plazo.

Su visión se fundamenta en la conceptualización del desarrollo sostenible como un proceso de transformación y adaptación de la sociedad centrado en las personas, ampliamente participativa, con políticas específicas dirigidas a la superación de los desequilibrios sociales, económicos, ecológicos y de género; busca ampliar las oportunidades de desarrollo humano.

Existe una conciencia colectiva que hace que la población tenga claridad absoluta en que las actividades que ellos realicen a favor del medio ambiente tendrán un beneficio tanto en sus familias como en el resto de las comunidades de esta región. En este sentido, se ha planteado establecer una vía de comunicación constante con los líderes de las comunidades aledañas para que sean capacitados en la producción de agricultura orgánica, así como en la protección y cuidado de los ríos, quebradas y mantos acuíferos.

El hecho de que Vaquilla sea un Área Ambiental Municipal de carácter especial promueve también el desarrollo de actividades que fomentan el turismo rural y con ello generar más y mejores fuentes de ingreso para las familias y así contribuir en su lucha por ser autogestionados. Asimismo los productos comercializados contarán

con un elemento adicional, ser libres de químicos, fomentando una mejor calidad de los mismos y un beneficio directo para los consumidores quienes tendrán mejores condiciones de salud.

#### 4. PERSPECTIVAS FUTURAS

El crecimiento que presenta el turismo alternativo en Panamá trae beneficios importantes como brindar visibilidad a las comunidades campesinas que se localizan en áreas ricas en flora y fauna.



El compromiso de la Posada Ecológica de Cerro la Vieja con el medio ambiente nos convierte en una infraestructura pública que genera beneficios para las comunidades aledañas.


Cada día, el ecosistema se deteriora cada vez más y las opciones de eco turismo se están viendo reducidas, sin embargo, creemos que puede existir un equilibrio entre naturaleza y desarrollo social donde todos nos veamos beneficiados y trabajemos en conjunto para conservar los recursos naturales que ahora tenemos para que las generaciones futuras puedan disfrutarlo.

Somos conscientes de que una estructura como ésta debe incluir en su planeación y operación a las comunidades aledañas y eso se ha hecho ya y se ha preparado a los agricultores y miembros de las comunidades vecinas para que fortalezcan sus capacidades asociativas, alcancen la autogestión y sobre todo, vean en la Posada una fuente de mejora en su calidad de vida.

El reto es muy grande, sobre todo para un país que se está desarrollando, pero con el esfuerzo y el trabajo en conjunto, las oportunidades son muy amplias y la tarea emprendida se convierte en un motivo para transformar a Panamá en un destino turístico variado y lleno de nuevos espacios por descubrir.







Caso de sitio:

# INFRAESTRUCTURAS EN LA RESERVA DE BIOSFERA JARAGUA-BAHORUCO- ENRIQUILLO: MODELOS PARA UN ECOTURISMO ATRACTIVO, PARTICIPATIVO Y EDUCATIVO

*Matilde Mota Guerrero*

Encargada de Unidad de Ecoturismo. Subsecretaría de Áreas Protegidas y Biodiversidad. Secretaría de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales  
**República Dominicana**

## 1. INTRODUCCIÓN

La República Dominicana con una extensión de 48.440 km<sup>2</sup>, posee dentro de su Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP), un total de 86 Áreas Protegidas que ocupan un 25.36% de todo el territorio nacional. Dentro de las mismas, se encuentran representadas una alta diversidad biológica y de ecosistemas, así como elementos históricos y culturales de relevancia a nivel nacional y regional.

Las características expuestas, hacen de nuestras áreas protegidas una maravillosa oferta para el turismo de naturaleza en sus zonas de uso público, el cual cada año se incrementa e incorpora a nuevos actores. Es por eso, que en la actualidad tenemos como reto convertir el turismo de naturaleza en una oferta complementaria a lo que ha sido el turismo tradicional "sol y playa", que si bien mueve una cantidad considerable de visitantes colocando a la República Dominicana como uno de los principales destinos turísticos del Caribe en el año 2005, se recibieron 3,69 millones de turistas), la mayor parte de los mismos pasan su tiempo dentro de los hoteles "todo incluido", corriéndose el riesgo de un estancamiento de dicha actividad al no ofrecerse nuevas alternativas de recreación. Esta modalidad a su vez, no genera beneficios a las comunidades del entorno.

Debido a lo anterior, el fomento de las zonas de uso público de las Áreas Protegidas sería una opción para captar parte de estos visitantes ofreciéndoles nuevas alternativas, atractivas y educativas y de paso permitir la participación de los comunitarios del entorno, en trabajos productivos relacionados con la actividad ecoturística. Esto contribuiría a la disminución de la pobreza y a la conservación de los recursos naturales, al presentarles a los comunitarios otros medios que no generen el uso directo de los recursos naturales de esos espacios protegidos. Para estos fines, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, conjuntamente con ONGs, la asistencia de donantes y algunos actores del sector privado vienen promocionando el turismo de naturaleza, aunque no a gran escala.



Entre las acciones realizadas se destacan las siguientes:

- Hace unos dos años se elaboró el documento de Políticas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP), que traza las pautas de manejo de la gestión de áreas protegidas.
- En la actualidad y con miras a ser finalizado en el año 2008, se viene trabajando en el Plan Nacional Estratégico de Ecoturismo, bajo el auspicio de la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA) y teniendo como contrapartes a las Secretarías de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales y la de Turismo.
- Cooperación y asistencia internacional, entre las que se encuentran la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA), Agencia de Cooperación Alemana (GTZ), Servicio de Desarrollo Alemán (DED), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Agencia de los Estados Unidos para el desarrollo Internacional (USAID) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- Cursos de capacitación a comunitarios para actividades de guías e intérpretes temáticos, fabricación de artesanías, manejo de botes y mulos.
- Diseño y construcción de infraestructuras para hacer más acogedora, educativa y segura la actividad (centros de visitantes, casetas de control y vigilancia, muelles, portones de entrada, senderos, áreas de picnic, áreas de camping, miradores etc.).
- Formación de un grupo de Capacitadores en Interpretación Temática.

## 2. LA RESERVA DE BIOSFERA JARAGUA-BAHORUCO-ENRIQUILLO

La Reserva de Biosfera Jaragua-Bahoruco-Enriquillo fue declarada como tal por la UNESCO en el año 2002. Comprende a los Parques Nacionales Jaragua, Bahoruco y Enriquillo, situados en la región suroeste de la República Dominicana. Esta región es considerada como la más rica del país en términos de biodiversidad, diversidad de ecosistemas y endemismos y una de las más importantes del Caribe. De igual modo, es rica en elementos históricos y culturales, pero paradójicamente la más despoblada del país y la más deprimida en términos económicos y de servicios públicos, en donde una gran proporción de sus habitantes vive por debajo de los límites de pobreza.

La zona costera donde se encuentra situada la reserva (entre la Provincia de Barahona y Pedernales y la Hoya del Lago Enriquillo) fue declarada desde el año 1994, como IV Polo Turístico Ampliado en la región Suroeste. Hasta la fecha, el desarrollo turístico en la zona no ha sido muy amplio, sin embargo la misma presenta un gran potencial para el desarrollo del ecoturismo, actividad compatible con las funciones de conservación y de promoción del desarrollo económico y humano de las comunidades del entorno, que propugnan estas áreas protegidas.

Visitantes a las zonas de Uso Público

Parques de la Reserva	2003	2004	2005	2006
Parque Nacional Jaragua	3.444	3.931	4.318	5.978
Parque Nacional Bahoruco (Hoyo de Pelempito)	5.135	3.096	3.258	4.304
Parque Nacional Lago Enriquillo	16.244	8.488	1.040	7.885

### 3. INFRAESTRUCTURAS EN LAS ZONAS DE USO PÚBLICO DE LA RESERVA DE BIOSFERA JARAGUA-BAHORUCO-ENRIQUILLO

Las obras construidas dentro de las zonas de uso público de las áreas protegidas de la reserva, tienen como finalidad la de atraer el flujo de visitantes hacia la zona y minimizar los impactos al área protegida, haciendo que las mismas sean acordes con el entorno, preservando en lo posible los espacios naturales de las especies que allí habitan. En el caso del Parque Nacional Jaragua, el desarrollo de estas infraestructuras; así como un ordenamiento del ecoturismo que fomente la visitación sin el desmedro de los recursos presentes, sería adelantarnos a los intereses que se tienen de convertir parte de esta área protegida en una zona más del turismo masivo e incontrolado, que tanta degradación ha causado a nuestros recursos naturales y culturales y que limita en muchos casos a los comunitarios en la obtención de beneficios a través de microempresas y al libre acceso a estas áreas.

En el año 2.003, el Departamento de Gestión de las áreas Protegidas de la Subsecretaría de Estado de Medioambiente y Recursos Naturales, realizó una evaluación de las infraestructuras presentes en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP), con el fin de establecer el grado de deterioro de las existentes y las necesidades de construcción de nuevas infraestructuras. En esta evaluación, se comprobó que el debilitamiento de las mismas venía dado mayormente por la construcción de casetas típicas, montadas en pilotillos de madera, que a través del tiempo se socavaban producto del pudrimiento de los mismos y el ataque de las termitas.

Otro aspecto considerado fue la necesidad de fabricar estructuras fuertes resistentes a vientos huracanados, ya que esta región es muy propensa al paso de huracanes. Para estos fines, se han construido las casetas con muros de cemento de 6 pulgadas hasta nivel de ventana, camuflados con roca caliza (predominante en la zona) para de ese modo no romper con el entorno. El resto de la construcción sería de madera tratada, tipo clavot hasta la altura del techo, dando en conjunto esta estructura de hormigón y madera más flexibilidad a la infraestructura. En cuanto al techado, se adoptó el de 4 aguas ya que maneja mejor el viento, al introducirse por 4 vías diferentes y así evita que se levante en caso de vientos huracanados. De igual manera, se adoptó la introducción de tijerillas en varias camadas en los techos, para hacer la estructura más fuerte y contrarrestar cualquier debilitamiento.

Para el techado se utilizaron planchas de Aluzinc calibre 26, pretintado (color verde) y termo-acústico, que reduce el ruido a 20 decibelios y el calor a un 70 a 80%, lo que mantiene las áreas más frescas, siendo adaptable a cualquier ambiente. También se encuentran ventanales para aprovechar al máximo la luz natural y la entrada de aire. Para la generación de energía se utilizaron paneles solares. Para la captación de agua de lluvia, se construyeron cañerías que bajan desde el techo por las cuales se transporta el agua que va a parar a una cisterna soterrada. De igual modo se ha dispuesto una mayor tecnificación para el tratamiento de las aguas servidas.

En el Parque Nacional Jaragua, se construyó una torre de observación de aves, la cual fue montada sobre una zapata de cemento reforzada. Los clavos en la madera fueron sustituidos por tornillos y placas metálicas.

En la construcción de los muelles, el uso de pilotillos de madera será sustituido por tubos de PVC de un diámetro de 12 a 14 pulgadas, armados con varilla y cemento para evitar el pudrimiento. En relación al centro de visitantes diseñado para el Parque Nacional Lago Enriquillo (en el área de Las Azufradas) se ha considerado montar el centro de visitantes sobre pilotillos para permitir el paso de las iguanas rinocerontes (*Cyclura cornuta*) que merodean en la zona.





Cabe señalar, que dichas construcciones se realizan con mano de obra local y en la medida de la posible con la compra de materiales en los comercios de la región.

#### 4. LAS INFRAESTRUCTURAS COMO ESPACIOS FUNCIONALES

Las casetas construidas en las zonas de uso público de nuestras áreas protegidas, se encuentran clasificadas en tres tipos:

Tipo A: mini centros de visitantes, son las que dan la cara ante el área protegida y proveen espacio a la comunidad. Este modelo es sustituido por el Centro de Visitantes.

Tipos B y C, de control y vigilancia y se sitúan en puntos estratégicos para estos fines.

Las tipo B, son más fáciles de construir y están dotadas de dormitorios, baños internos y externos, sala de reuniones, almacén, cocina multifuncional, etc., lo que las hace muy funcionales para los guardaparques.

#### 5. PROYECTO DE APOYO A LAS INFRAESTRUCTURAS DE LA RESERVA DE BIOSFERA JARAGUA-BAHORUCO-ENRIQUILLO

Dentro del marco del proyecto “Mejora de la Gestión del Uso Público” del Proyecto ARAUCARIA XXI Enriquillo realizado conjuntamente con la Secretaría de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales y la Agencia Española de Cooperación para el desarrollo, se han construido infraestructuras en los Parques Nacionales Jaragua y Bahoruco y en la actualidad se encuentran en vías de ejecución infraestructuras en el Parque Nacional Lago Enriquillo y otras en el sector de Bahía de Las Águilas del Parque Nacional Jaragua.

Dentro de estas, figuran un centro de visitantes construido frente a la Laguna de Oviedo del Parque Nacional Jaragua y los diseñados en el sector La Azufrada del Lago Enriquillo (ambas en zonas de uso público). Estas infraestructuras, pretenden ser espacios funcionales donde operen conjuntamente las oficinas administrativas con dormitorios, baños internos y externos, cocina entre otros y zonas para los visitantes tales como área de recepción, sala audiovisual, áreas de exhibiciones y lugares de encuentros y de actividades relacionadas con el desarrollo comunitario. También funcionarán espacios para actividades económicas por parte de los comunitarios, como son oficinas para los guías ecoturísticos y kioscos para venta de artesanía. Respecto a esto último, se ha venido capacitando en diferentes ramas de la artesanía a miembros de las comunidades del entorno de las áreas protegidas de la reserva. Además de estas infraestructuras se han construido en la reserva, portones de entradas, caminerías y miradores.

#### 6. INTERPRETACIÓN TEMÁTICA EN LOS CENTROS DE VISITANTES

El centro de visitantes de la Laguna de Oviedo del Parque Nacional Jaragua, se ha planificado y diseñado con el fin de proveer recreación e información acerca de la importancia y usos dados a los recursos naturales por parte de los comunitarios promoviendo a su vez la conservación de los mismos y puesta en valor de aspectos socioculturales e históricos del parque. Lo mismo se pretende realizar en el Centro de Visitantes planificado para el Parque Nacional Lago Enriquillo.

Esta planificación se hizo sobre la base de la Interpretación Temática, denominada también Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural. Para el desarrollo de la misma, nos trazamos metas y resultados esperados, atendiendo a aspectos del centro como son: instrumento de gestión, objetivos de la institución, objetivos de las infraestructuras y objetivos a conseguir con visitantes de otras regiones y con los comunitarios. Sobre esta base pasamos a definir que mensajes queríamos hacer llegar a nuestras audiencias y que queríamos conseguir a través de ellos. Para esto comenzamos a elaborar los tópicos y los temas a tratar, procurando que los mismos fueran impactantes y relevantes al ego de los lectores, haciendo que el mensaje se reflejara en el título-tema y quedara en los "lectores veloces" y que al mismo tiempo resultara atractivo para continuar la lectura del texto a los más interesados.

Los temas elaborados fueron alusivos al ambiente acuático, terrestre y sobre aspectos comunitarios, los cuales quedaron plasmados respectivamente en tres de las salas de exhibiciones. Los mismos se elaboraron teniendo en cuenta que fueran atractivos, breves y claros y con textos basados en influir en los usuarios acerca de un mejor conocimiento y valorización de los recursos del parque y en la sensibilización hacia la conservación de los mismos. Finalmente conceptualizamos los textos, con un diseñador gráfico y una arquitecta a fin de que las exhibiciones fueran además de didácticas; atractivas, interactivas y funcionales. En cuanto al diseño, adoptamos que los textos fueran colocados en muebles modulares para dar efecto de tridimensionalidad y para que en caso de deterioro o cambio de textos, los módulos pudieran ser retirados con facilidad. También se han diseñado algunos juegos interactivos.

Otra experiencia positiva, fue el envío vía Internet del desarrollo de los tópicos y temas, así como las sugerencias al respecto, las cuales fueron observados por grupos de estudiantes de Interpretación Temática. El material enviado fue supervisado por el experto en interpretación temática Jorge Morales consultor contratado por la AECID para la implementación de un curso básico en Interpretación Temática y por el profesor Sam Ham de la Universidad de Idaho, quien durante mas de dos años con auspicio de la USAID, ha dictado en el país varios módulos acerca de esta disciplina a un grupo de hoy interpretes temáticos dominicanos.

Esta experiencia será repetida en el Centro de Visitantes, próximo a construir en el Parque Nacional Lago Herniquillo. En el Parque Nacional Sierra de Bahoruco, funciona ya un centro de visitantes con paneles informativos.

### **Agradecimientos:**

Al Ingeniero Ennio Santana por sus valiosas orientaciones y suministro de fotos de planos, así como a los Ingenieros Agrónomos José Manuel Mateo y Alfredo Martínez y al Lic. Pablo Medina, del Departamento de Gestión de las Áreas Protegidas, de la Subsecretaría de Áreas Protegidas y Biodiversidad.

Tiendas para Ventas de Artesanías y Oficinas para Guías Ecoturísticos.



Portón de Entrada al Parque Nacional Sierra de Bahoruco.



Techos y Cañerías para recolectar el agua lluvia y su posterior captación en cisternas soterradas.



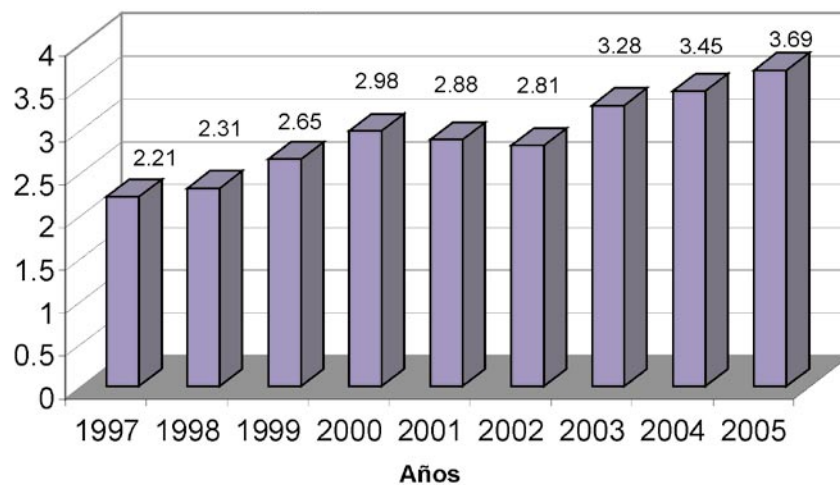
Espacios abiertos a las comunidades.



Mirador y caminería hacía la Bahía, encachado con roca caliza del sustrato, en la foto siguiente se observa como el mirador se confunde con el farallón.



Evolución del Número de Turistas en República Dominicana.



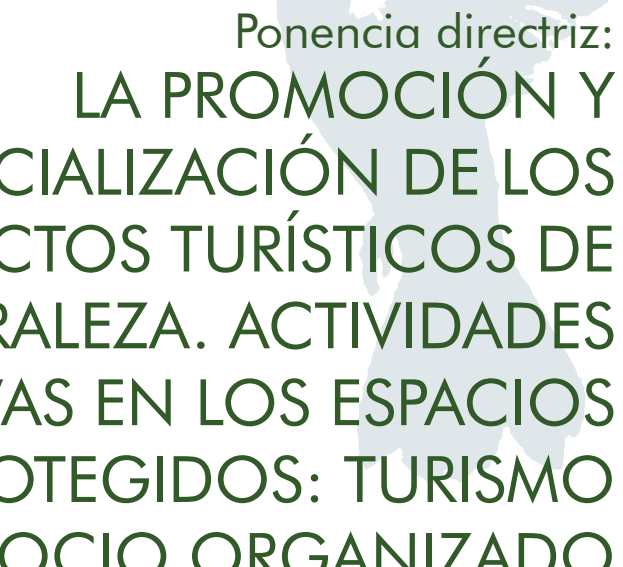
Productos, servicios  
y profesionales:  
El turismo como  
vínculo entre las  
áreas y la sociedad



**2ª Jornada**

---





Ponencia directriz:  
**LA PROMOCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE LOS  
PRODUCTOS TURÍSTICOS DE  
NATURALEZA. ACTIVIDADES  
PRODUCTIVAS EN LOS ESPACIOS  
NATURALES PROTEGIDOS: TURISMO  
Y OCIO ORGANIZADO**

*José María De Juan Alonso*

Socio Director de KOAN Consulting, S.L. – Consultores Turísticos

Presidente de la Sociedad Española de Ecoturismo

Profesor de la Escuela de Turismo – Universidad de Valladolid

Miembro de la Junta Directiva de AEPT – Asociación Española de Profesionales del Turismo

Responsable de Relaciones Internacionales AEPT – UIPT / Unión Iberoamericana de Profesionales del Turismo

Miembro de AECIT – Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo

**España**

## LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DE NATURALEZA

### 1. La promoción

La actividad de promoción consiste en resaltar frente a los distintos mercados emisores de demanda los hechos o rasgos diferenciales de un determinado destino o recurso turístico. En este sentido, la promoción y comunicación de los destinos y productos turísticos de naturaleza tiene muchas coincidencias con la promoción de cualquier otro producto o destino, aunque también presenta una serie de características propias.

Cuando se trata de los mismos mercados emisores como objetivo, la diferencia principal entre las acciones de promoción de distintos productos turísticos de naturaleza estará en el tipo de producto que se quiera promocionar; ya que dentro de un mismo mercado emisor los productos turísticos de naturaleza pueden dirigirse a los mismos segmentos de demanda o a segmentos distintos.

También se puede dar el caso de que un mismo segmento de la demanda consume o no turismo de naturaleza en función del tipo de destino que visita y del tipo de vacaciones que realiza. Así, se pueden encontrar vacaciones específicas dedicadas al turismo de naturaleza, o vacaciones de otro tipo que consumen ocasionalmente productos turísticos de naturaleza, ya sean productos vacacionales en forma de circuito itinerante o de estancias.



En todos los casos el destino turístico de naturaleza buscará desde el punto de vista promocional tanto su notoriedad como su posicionamiento en el mercado. La notoriedad le vendrá dada por la difusión y el reconocimiento a gran escala del mercado, como un rasgo cuantitativo: la mayor notoriedad viene dada por el mayor conocimiento que un mercado tenga del destino. Es lo que ocurre en el caso de los espacios naturales protegidos más conocidos y emblemáticos.

El posicionamiento, en cambio, viene dado por las imágenes asociadas que el mercado tenga del destino; por ejemplo:

- imagen de seguridad
- de precios altos
- de habitantes amables
- de medio ambiente cuidado

A la hora de abordar los mecanismos y estrategias de promoción y comunicación más adecuados para cada destino, en primer lugar hay que recalcar que los destinos turísticos de naturaleza no son en general destinos preparados para un turismo masivo y productos operados a gran escala, salvo algunos espacios naturales protegidos de gran tamaño o que están sometidos a una gran presión turística, por su cercanía a grandes núcleos de población o a grandes núcleos turísticos. Su producción turística es en general mucho más cualitativa que cuantitativa, y se basa en multiplicidad de pequeñas empresas y productos turísticos de pequeña escala.

Por esta causa, las acciones promocionales en el turismo de naturaleza suelen estar orientadas hacia segmentos del mercado muy concretos:

- ecoturistas o turistas de naturaleza de interés general
- ecoturistas o turistas de naturaleza de interés específico
- expediciones científicas naturalistas

La única modalidad de consumo masivo que encontramos en el turismo de naturaleza es el llamado turismo de naturaleza "light" o los productos de "light nature", también llamados turismo de naturaleza ocasional o familiar. Estos son los productos que con mayor velocidad crecen en la actualidad, ya que se adaptan a prácticamente todo tipo de demanda. Esta modalidad se opera con grandes volúmenes de turistas o visitantes y se puede promocionar de la misma forma o en paralelo a cualquier producto o destino masivo, ya que es un producto consumible por cualquier tipología turística.

Un ejemplo muy vistoso de turismo de naturaleza masivo son los Parques Nacionales de las Islas Canarias, que se promocionan conjuntamente al turismo de sol y playa y son visitados por una gran parte de los turistas vacacionales de esta modalidad.

En lo que respecta a la imagen promocional que transmite a todos los mercados, el destino turístico de naturaleza se asociará fundamentalmente a una imagen dotada de abundante territorio natural en buenas condiciones de conservación protegido, y que goza de una muy buena conservación de sus recursos naturales, tanto en general como específicamente de los más emblemáticos. Ésta es la primera condición para que la demanda reconozca un destino turístico de naturaleza.

La promoción de un destino turístico de naturaleza insistirá al mismo tiempo en las condiciones operativas que son habitualmente exigibles a cualquier destino turístico, como son por ejemplo:

- la seguridad
- los buenos accesos
- la buena relación calidad/precio

Será fundamental en cualquier caso que el destino ofrezca buenas facilidades para el acceso a los recursos naturales, su contemplación y disfrute, y que insista en ello en su promoción y comunicación.

En este sentido, el destino recalcará la existencia en número suficiente de:

- centros de interpretación
- senderos señalizados
- puntos de información turística
- disponibilidad de guías y productos turísticos de naturaleza

Por esta causa, los espacios naturales protegidos son los más solicitados como destinos por los turistas de naturaleza de todo el mundo, ya que su condición de protección jurídica asegura hasta cierto punto estas condiciones.

Cierto es que además de a los turistas de naturaleza, estos espacios atraen a otros flujos turísticos por la espectacularidad y singularidad de sus paisajes y recursos, como por ejemplo el turismo activo, y por esta causa su promoción debe de estar diferenciada claramente en función del segmento de la demanda al que se dirige. Desde el punto de vista operativo, ocasionalmente, el turismo de naturaleza y ciertas modalidades de turismo activo pueden molestar mutuamente o ser totalmente incompatibles.

Desde el punto de vista de la información turística a disposición de la demanda y de los operadores turísticos, va a ser muy importante que los destinos turísticos de naturaleza informen bien en su promoción y comunicación, así como en la información turística en origen, de las condiciones operativas, de accesibilidad y de visitabilidad de sus recursos naturales en cada época del año; como por ejemplo:

- disponibilidad de agua en las zonas húmedas
- evolución de los ciclos de las especies naturales
- visibilidad de las especies

Todo ello es importante por la especialidad del turismo de naturaleza, que requiere de garantizar la contemplación de recursos naturales muy variados y a veces complejos, lo cual condiciona tanto la promoción como la información que se emiten hacia el mercado.

En este contexto, y dado que existen canales muy variados de promoción y comunicación, la información suministrada a la demanda por medio de la promoción o de la información turística en origen, en sus países de residencia, debe de coincidir con la información turística que posteriormente se suministra en origen o en destino a través de las estructuras de información temporales o permanentes.

La mayor exactitud posible en estas informaciones, sean previas o en destino, garantiza unas reglas de juego limpias a los operadores turísticos formales o informales





que operan en el destino, y evita posibles frustraciones en las expectativas del turista de naturaleza una vez que éste llega a su destino.

En lo que respecta a la imagen turística transmitida hacia el mercado, el principal elemento que distingue a un destino turístico de naturaleza de otros, de cara a su promoción, puede ser de cualquier tipo, como por ejemplo:

- la singularidad o unicidad de sus recursos
- su escasez o rareza
- la existencia de guías y empresas ecoturísticas de alta calidad
- su fácil acceso y buena red de transportes
- sus excelentes condiciones de conservación
- su buena preparación desde el punto de vista organizativo para recibir a la demanda turística y la planificación de las visitas sobre el terreno

En este ámbito, cualquier rasgo distintivo del destino o de sus recursos sirve como elemento de promoción.

En este terreno, cada hecho diferencial relevante del destino, o un conjunto de ellos, es el que posteriormente será definido y trabajado por las estrategias publicitarias para atraer a los turistas de naturaleza a un determinado destino. La existencia de un medio ambiente muy virgen o bien conservado en el destino contribuye a la que podemos llamar "seducción ambiental" que el destino ejerce sobre la demanda.

Un destino, o varios destinos en conjunto (lo que se denomina un multi-destino) también puede promocionar de forma conjunta elementos naturales y culturales. Ésto es lo más habitual en los productos de ecoturismo, que incluyen no solamente los recursos naturales sino también todos los recursos culturales y antropológicos disponibles.

Desde el punto de vista de la imagen publicitaria, es más frecuente desde los espacios naturales protegidos la utilización de animales en los mensajes comunicacionales hacia el mercado, ya que éstos son más fácilmente humanizables y amables de cara a la transmisión de mensajes publicitarios hacia los turistas y visitantes. Ello sirve tanto si se trata de mensajes de promoción como de mensajes conservacionistas, o simples mensajes divulgativos sobre la existencia del espacio y sus valores.

En la promoción y comunicación de los espacios naturales protegidos, la utilización de animales emblemáticos y que resulten simpáticos al conjunto de la demanda, garantiza en principio una mejor comunicación con el público. Desde el punto de vista de su tratamiento e interpretación, en general es más difícil de conseguir esta comunicación a través de paisajes, o con elementos botánicos, o con elementos geológicos.

Desde el punto de vista de la comunicación, hemos de tener en cuenta en todo momento que los espacios naturales protegidos son en general espacios muy reconocidos y míticos por sí mismos, de cara al conjunto de la sociedad, por lo que deben insistir de cara a la demanda en esa condición para recalcar su atractivo en la perspectiva turística.

En este contexto de comunicación, la simple declaración como espacio protegido convierte por lo general a un espacio en emblemático y atractivo para el conjunto de la sociedad, y por supuesto también para la demanda turística.

Los mercados turísticos de naturaleza son muy variados y complejos y no siempre están bien identificados y seleccionados con respecto al conjunto de la demanda turística. Por ello, a la hora de alcanzar los mercados, los destinos y las empresas turísticas de naturaleza utilizan todo tipo de medios y canales convencionales para su promoción, además de medios específicos o alternativos.

En general, los medios y canales de comunicación utilizados serán tanto más minoritarios y especializados cuanto más especializada y concreta sea la demanda a la que se dirigen las empresas y destinos. Además de las ferias turísticas (que son el medio de promoción más habitual y conocido por el gran público) y de los medios de comunicación generales, los destinos y empresas turísticas de naturaleza pueden utilizar como canal de promoción más adecuado cualquier medio que sea leído y utilizado de una forma más específica por su demanda, como por ejemplo:

- revistas especializadas en naturaleza
- asociaciones ecologistas y naturalistas
- canales y programas especializados de televisión o de radio
- revistas asociativas de grupos conservacionistas o de investigadores en la naturaleza

Por otra parte, las acciones indiscriminadas de promoción genérica o masiva suelen tener un coste muy bajo por unidad en relación al gran volumen de demanda potencial al que se dirigen, que puede ser la totalidad del mercado; aunque no son en general muy útiles para los destinos turísticos de naturaleza por la especificidad de sus productos .

En cambio, las acciones de promoción específica suelen tener un coste por acción comparativamente más alto para un volumen de demanda potencial más pequeño, pero su efectividad es mucho más elevada ya que se dirigen a un público segmentado y pre-seleccionado en sus motivaciones y necesidades funcionales.

En todo caso, estas acciones de promoción específica, que se utilizan mucho en el turismo de naturaleza y en el ecoturismo de intereses específicos, son solamente efectivas cuando el público al que se dirigen está muy bien identificado y perfilado en cuanto a sus motivaciones y necesidades.

En principio (y a pesar de las imparable globalización e internacionalización de los mercados turísticos) para el turismo de naturaleza de interés específico, o el ecoturismo en pequeñas comunidades locales, en general no tienen sentido las acciones de publicidad masivas o de promoción genérica.

Aunque normalmente son las instituciones públicas de los destinos las que se encargan de la promoción turística en todos los mercados, y las que la financian en su mayor parte, puede darse el caso de que un destino se asocie con alguna o algunas de sus empresas turísticas de cualquier tamaño para realizar acciones promocionales conjuntas, como por ejemplo:

- la asistencia a una feria turística
- la elaboración de un folleto
- la creación y emisión de una campaña publicitaria

Este tipo de acciones de promoción mixta o conjunta entre entes públicos y empresas privadas es muy recomendable para los pequeños productores turísticos de naturaleza, sean independientes o asociados. Por sí mismos, este tipo de productores apenas



podrían tener acceso a la promoción dirigida hacia los mercados emisores lejanos, tanto por falta de medios económicos como de medios técnicos y conocimiento profundo de los mercados concretos de su interés. Cuanto más lejanos y específicos sean los mercados, más difícil será para los productores alcanzar el conocimiento de la demanda y de las formas de llegar a ella.

Además, los estudios de mercado de demanda turística en profundidad son muy costosos y normalmente sólo están al alcance de las instituciones públicas de los destinos, y en ningún caso de los pequeños productores turísticos de naturaleza. Los pequeños productores turísticos de naturaleza también pueden acometer estas acciones promocionales conjuntas sin ayuda de los destinos, aunque esto no es sencillo ni habitual, y mucho menos en mercados lejanos. En todo caso, lo realizan de forma asociada.

Las acciones promocionales que se efectúan desde un destino responden a un plan de marketing global propio de cada destino, si tal plan existe, y son fundamentales antes de acometer acciones de comercialización de los productos turísticos de naturaleza en un determinado mercado, para dar cobertura y apoyo a las mismas; siendo lo más aconsejable el que las acciones promocionales y las acciones comerciales se desarrollen en paralelo y de forma coordinada.

Del mismo modo que las acciones comerciales resultan muy difíciles de plantear en un mercado cuando no ha existido en éste una promoción previa del destino, las acciones promocionales, por muy intensivas que sean, pueden resultar estériles si no van acompañadas de acciones comerciales que materialicen los productos en el mercado. La sinergia entre promoción y comercialización es muy estrecha, y ambas tienen una mutua dependencia muy elevada.

Así, en el aspecto promocional, la función de los destinos con respecto a las empresas es prestar su apoyo y cobertura promocional a las mismas, proponiendo y realizando acciones institucionales de promoción que beneficien a todas ellas, o respondiendo a la demanda de dichas empresas en cuanto a qué tipo de apoyo promocional necesitan en función de su tamaño y de las tipologías de producto que ofrecen.

En este contexto, los destinos también prestan espacios en sus stands institucionales en las ferias turísticas a las empresas o asociaciones de las mismas que carecen de un stand propio.

Las acciones de promoción conjunta promovidas o auspiciadas por los destinos pueden incluir a empresas y sus asociaciones, y también a profesionales turísticos de naturaleza y sus asociaciones.

Un aspecto muy importante en la promoción turística es el de los eventos promocionales. Dentro del conjunto de la promoción, se consideran como eventos promocionales todo tipo de espectáculos, encuentros, jornadas y acciones que se celebran para apoyar la promoción de un destino, y pueden ser de cualquier clase: shows deportivos, degustaciones gastronómicas, exposiciones de artesanía, manifestaciones folklóricas, festivales de cine turístico.

Los eventos promocionales pretenden llamar la atención del público en general y de los públicos con intereses específicos sobre cualesquiera otros aspectos o atractivos del destino que aunque no estén estrictamente relacionados con el ecoturismo y con los recursos naturales, refuerzan su imagen como destino turístico.

Los eventos promocionales suelen ser más efectivos dentro de un conjunto de acciones publicitarias o series de eventos, pero muy poco efectivos por sí solos o de forma aislada. En ellos es muy importante la capacidad de impacto sobre el mercado en mayor o menor escala, para reforzar la promoción y comunicación generales del destino.

## 2. La comercialización y distribución

La mayor dificultad de los productores turísticos de naturaleza, especialmente de los más pequeños y aislados desde el punto de vista geográfico, consiste en colocar en el mercado sus productos.

La comercialización y distribución de los productos de turismo de naturaleza, como de los de turismo en general, se puede llevar a cabo por varios canales; los podemos agrupar en:

- canales tradicionales del sector turístico
- canales alternativos
- comercialización directa

En el mercado turístico actual, existen muchísimos canales de comercialización tradicionales, más o menos costosos y eficaces, y con un uso mayor o menor de las nuevas tecnologías. La utilización de estos canales puede ser muy compleja y costosa para el profano; por ello es muy importante que el productor turístico de naturaleza que no está muy habituado al mercado turístico efectúe antes de comenzar a realizar acciones comerciales una adecuada elección del canal o canales de comercialización que va a utilizar, ya que los costes de la comercialización pueden llegar a ser muy elevados.

Ello es especialmente notorio si se trata de canales en los que se suceden varios intermediarios hasta llegar al consumidor final. Si se trata de un producto turístico de naturaleza en pequeña escala, o muy específico, los canales más masivos son en general tan costosos como ineficaces.

Por todas estas causas, el productor turístico de naturaleza deberá analizar con cuidado el coste total de intermediación de cada uno de los canales antes de seleccionar los que le parecen más convenientes.

En principio, todos los canales de comercialización y distribución son útiles, pero en el caso del turismo de naturaleza hay que seleccionarlos en función del segmento de demanda que se adapta mejor a cada canal en función de sus intereses (motivaciones, expectativas, necesidades funcionales).

Por ello debe analizar el productor, después de calibrar su coste, la eficacia o capacidad de cada canal para alcanzar al segmento de clientela de su interés. Una agencia de viajes minorista no especializada, por ejemplo, tendrá dificultades por su falta de conocimientos para alcanzar al segmento de los turistas de naturaleza especializados o con intereses específicos, que buscan principalmente sus productos en agencias especializadas o empresas de expediciones.

Por otra parte, los canales tradicionales del sector turístico, es decir, agencias de viajes minoristas o mayoristas y tour operadores, suelen resultar muy útiles para la comercialización de los productos de turismo de naturaleza de interés específico y de interés general. Estos canales convencionales funcionan de forma muy eficiente, pero están por lo común previstos para productos muy estandarizados y en grandes



volúmenes, y no resultan por lo común adecuados para productos especializados y minoritarios como son con mucha frecuencia los de turismo de naturaleza y ecoturismo.

Ello no quiere decir en absoluto que no puedan utilizarse estos canales por parte de cualquier productor de turismo de naturaleza, por específico que sea, si se cuenta con un sistema muy fluido de transmisión de información entre el productor y los departamentos de producto y ventas en las agencias de viajes y tour operadores. Si la información operativa de que disponen las agencias mayoristas es buena en sus departamentos de producto, se suple en buena parte la deficiencia de especialización en las agencias minoristas o cualquier otro agente de ventas no especializado.

Desde la perspectiva de los destinos, la buena disponibilidad de información específica actualizada y operativa sobre ellos, sus recursos y sus productos es también fundamental para que las agencias de viajes, tanto generalistas como especializadas, puedan comercializar bien los productos ecoturísticos. Por ello, los sistemas de información turística eficaces cuentan con frecuencia con asesoría especializada para las agencias de viajes y otros intermediarios turísticos.

En el caso de los canales de comercialización tradicionales existe un inconveniente más para el productor turístico de naturaleza independiente, que son las comisiones acumuladas de las agencias minoristas y de las agencias mayoristas. A las comisiones hay que añadir además los gastos bancarios, los gastos de comunicación y los de administración, por lo que siempre va a ser más conveniente para el productor utilizar los canales directos, en el mayor porcentaje posible.

Dadas estas condiciones, la mejor posibilidad para los pequeños productores turísticos, aparte de los canales directos, es que la comercialización se realice por medio de agencias de viajes especializadas en turismo de naturaleza y productos similares; como por ejemplo, las agencias especializadas en aventura, allí donde existen, con lo que el productor turístico de naturaleza sólo tendría que pagar una comisión a un intermediario que además es especialista en el producto.

En el caso concreto de España, ya sabemos que no existen agencias de viajes especializadas en turismo de naturaleza propiamente dichas, y que son algunas de las especializadas en turismo activo y de aventura las únicas que cuentan con el turismo de naturaleza entre su gama de productos. Únicamente los productos de turismo de naturaleza light o de gran consumo se comercializan en su mayor parte a través de los canales masivos.

De todos modos, y dado el interés que despierta el turismo de naturaleza en los mercados internacionales, en los que se considera como una de las tendencias de futuro dentro del turismo mundial, cada vez es más frecuente que las agencias y tour operadores no especializados incluyan productos de turismo de naturaleza en sus programaciones. Ello ocurre como respuesta de los operadores turísticos ante el crecimiento lento pero progresivo de la demanda, y siempre como complemento al resto de su programación. Lo mismo ocurre, a modo de ejemplo, con el turismo rural.

En cuanto a los canales alternativos de comercialización, a los que también podemos llamar canales informales, son en principio los más adecuados para la comercialización de los productos turísticos de naturaleza más especializados o minoritarios, aparte de la distribución directa. Podemos citar como canales alternativos, entre otros, a las centrales de reservas, a los clubs de ocio de empresas o de ciudadanos

en general, a las asociaciones culturales y naturalistas, y cualesquiera otros colectivos de intereses específicos o grupos sociales.

Aunque colectivos como los citados no se dedican en general de una forma directa y organizada a la intermediación de productos de turismo de naturaleza, sirven habitualmente como canal comercial a través de sus páginas web y de sus revistas y boletines corporativos, o simplemente a través del contacto directo entre sus asociados.

Hemos apuntado en repetidas ocasiones el interés de la comercialización directa para el turismo de naturaleza en pequeña escala. La posibilidad de la comercialización directa o por canales directos, es decir, del productor turístico de naturaleza al cliente final, sin ningún tipo de intermediarios, es muy difícil si existe una gran distancia geográfica entre el destino y el mercado emisor, y/o si no existen unas relaciones comerciales muy bien estructuradas.

La expansión en el uso de Internet, en todo caso, está favoreciendo cada vez más este tipo de comercialización; ésta se dirige a un cliente que presenta, entre otras, estas características:

- está muy bien informado sobre el destino y sus recursos
- está cada día más acostumbrado a buscar y contratar sus viajes y estancias de forma independiente, incluso en segmentos como el turismo de negocios
- su edad media es cada vez más elevada

En los destinos cercanos al mercado emisor, este tipo de comercialización directa a través de las nuevas tecnologías no presenta especiales dificultades; como es el caso de los espacios naturales protegidos de España o de Europa, por ejemplo, cuando se dirigen a los mercados europeos cercanos.

## ACTIVIDADES PRODUCTIVAS EN LOS ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS: TURISMO Y OCIO ORGANIZADO

### 1 - Proceso de planificación

El proceso de planificación incluye dos grandes líneas, la planificación estratégica y la planificación operativa.

En un proceso de planificación del turismo en espacios naturales protegidos, habría que proceder al menos a las siguientes líneas de acción:

- Identificación del marco conceptual y estratégico global de la sostenibilidad de las actividades turísticas, incluyendo:
  - sostenibilidad ambiental-paisajística-territorial
  - sostenibilidad social y cultural
  - sostenibilidad económico-empresarial (éste suele ser el aspecto que más se descuida)
- Identificación del marco operativo y normativo relativo a los distintos ámbitos de la sostenibilidad de las actividades turísticas. Recopilación general en el ámbito geográfico que corresponda, de las competencias y herramientas que se pueden aplicar en el turismo sostenible a nivel de gestión de Espacios Protegidos.



- En base a su análisis, se efectuarán una serie de propuestas operativas destinadas a los parques, que serán susceptibles posteriormente de incorporarse a algún tipo de normativa, manuales de buenas prácticas, códigos de ética en cuanto a la sostenibilidad y documentos similares.
- Identificación de Parques Naturales y Nacionales y otros destinos relevantes que apliquen en la actualidad herramientas de gestión del turismo sostenible.
- Se revisará también todo el marco competencial y legislativo en el ámbito estatal que pueda influir en el ámbito de gestión del turismo sostenible a nivel de espacios protegidos.
- De todos los parques, otros destinos y otros ámbitos institucionales identificados se elaborará una selección de casos de éxito, efectos demostrativos, lecciones aprendidas, buenas prácticas y denominaciones similares, que sirvan como modelo de comparación y aplicación al resto de los Espacios Naturales Protegidos (ENP). Para lo cual, se llevará a cabo un proceso de "Benchmarking" o análisis comparativo que se concentre en los siguientes parámetros:
  - Normativas
  - Servicios públicos
  - Productos y servicios turísticos
  - Infraestructuras
  - Modelos de gestión
  - Acciones formativas
  - Acciones de sensibilización

Las conclusiones obtenidas de este Benchmarking, servirán para obtener conclusiones y extraer un modelo tentativo de aplicación en el espacio natural protegido objeto.

Este modelo contemplará en todos los casos, todos los aspectos de la sostenibilidad aplicable a la sostenibilidad de las actividades turísticas, con independencia de dificultad de su aplicación.

Esta dificultad posible de aplicar los diversos criterios o requerimientos de sostenibilidad (ambiental, socio-cultural, económico-empresarial, etc.) dependerá a su vez de las estructuras administrativas y sociales existentes en cada uno de los lugares de trabajo, de su fortaleza y de su capacidad técnica, por lo que las medidas para su aplicabilidad se definirán posteriormente.

Si es necesario, habrá que prever acciones de fortalecimiento institucional y de capacitación de técnicos en el ENP y/o en las Administraciones turísticas y afines involucradas.

## **2. Identificación de los parámetros que articulan la sostenibilidad turística**

Además del proceso de planificación estratégica, se realizará una evaluación de cómo están contemplados o se van a contemplar en los procesos de desarrollo sostenible y aplicación de la sostenibilidad, los aspectos de calidad, en sus diversos campos o vertientes más inmediatos:

- instalaciones, infraestructuras, equipamientos, servicios y suministros
- procesos u operaciones

- servicio y atención al visitante o turista
- imagen y comunicación

En el caso de que se estime necesario, se implantarán los parámetros y estrategias básicos para la articulación de un sistema que permita evaluar posteriormente la calidad de proceso de implantación y evaluación de la sostenibilidad turística en el ENP objeto.

Los elementos para el diseño de productos turísticos se articularán a su vez con el resto de condicionantes propios de cada uno de los territorios que puedan afectar a la sostenibilidad turística o a la actividad turística en sí misma:

- territoriales
- climáticos
- de accesibilidad
- de desarrollo socio-económico del territorio

En cuanto a la imagen transmitida y la garantía de calidad, se trata de que el visitante o turista pueda en todos los casos comprobar de una forma acreditada que el destino que va a visitar y/ o el producto turístico que va a comprar incorpora los componentes de sostenibilidad que le son exigibles. También deberá ser posible que el visitante o turista pueda comprobar si los productos del destino responden a la imagen corporativa que este transmite en cuanto a calidad y sostenibilidad.

En base a lo anteriormente expuesto, se propondrán unos Indicadores de Sostenibilidad que sean fácilmente evaluables.

Se realizará un estudio de mercado específico sobre las posibles oportunidades comerciales de los productos turísticos del espacio, con los operadores especializados.

En base a dicho estudio de mercado, se efectuarán recomendaciones y propuesta de cauces de comercialización y recomendaciones para la promoción.

Se puede realizar así mismo un proceso de benchmarking de los productos turísticos del ENP y de otros ENP, con el fin de identificar variables funcionales de los productos.

A efectos de puesta en el mercado, será necesario efectuar una identificación de los productos y servicios existentes y de los productores (empresas de turismo, empresas de actividades, profesionales independientes, ) en cada espacio protegido, así como su forma de organizarse.

### **3. Identificación de la oferta turística**

En primer lugar los responsables y técnicos de los parques, deben conocer de qué recursos turísticos disponen, qué infraestructuras, qué servicios y qué equipamientos, así como valorar en qué estado se encuentran éstos.

Los recursos turísticos son aquellos potenciales de ser convertidos en atractivos que puedan generar el interés suficiente para motivar el desplazamiento o visita del público, y que representan el elemento básico de la elección del destino. La identificación y evaluación de los recursos turísticos de una zona, resulta imprescindible para determinar el potencial turístico de la misma y planificar su desarrollo.





Los recursos turísticos de que disponen los parques están constituidos por espacios, bienes y valores. Se trata de recursos que si se dejan a una utilización incontrolada corren el riesgo de degradarse e incluso de desaparecer. La satisfacción de las necesidades turísticas nunca debe constituir una amenaza para los mismos.

Podemos clasificar los recursos turísticos que presenta un municipio en:

- Recursos Histórico-monumentales
- Recursos Culturales
- Recursos Naturales y Paisajísticos

Una de las metodologías más usadas es la utilización de Fichas o Plantillas que recojan, de una manera sintética, la información útil o aplicada a la implementación de actividades turísticas que giren entorno a criterios de sostenibilidad.

La realización del inventario detallado de recursos naturales y paisajísticos del destino permite evaluar detenidamente la situación de dichos recursos en cuanto a algunos factores de gran importancia como, entre otros:

- mayor o menor fragilidad del recurso para las visitas turísticas
- accesos y viabilidad
- grado de visitabilidad
- accesibilidad para personas con discapacidades físicas o movilidad reducida
- necesidades para garantizar las visitas
- adecuación a la climatología y la estacionalidad
- capacidad de carga de los recursos
- capacidad de acogida turística del destino

Será muy importante que se establezcan indicadores que permitan medir y adecuar la capacidad de carga de los recursos con la capacidad de acogida turística que tiene la oferta del destino.

#### **4. Identificación de los agentes**

Es esencial identificar para este tipo de procesos los agentes que pueden intervenir en el proceso y hacerlos partícipes de éste.

Los planes de turismo sostenible deben asegurar la capacidad de todos los agentes involucrados de participar en la planificación y gestión de las actividades turísticas sostenibles, para lo que se diseñarán los indicadores adecuados, tanto por su concepto como por su proceso de implantación.

La ciudadanía debe ser informada sobre cualquier tema que haga referencia a su territorio como receptor, afectado o beneficiado, de las diferentes actuaciones que puedan incidir sobre la zona donde vive.

De forma especial, la sociedad en general debe ser informada de los aspectos de desarrollo turístico, por la gran incidencia inmediata que éstos tienen en su vida cotidiana, en el paisaje, en el territorio, en el medio ambiente, en la economía, en la organización social.

La fuerte dinámica de cambio que el desarrollo turístico impone a los territorios implica siempre el riesgo latente de desequilibrarlos tanto desde el punto de vista social como desde el punto de vista ambiental, territorial o urbanístico, de los que

existen innumerables ejemplos de insostenibilidad, tanto en el turismo de sol y playa (en el que son especialmente notables y de gran impacto estético) como en el resto de las modalidades turísticas.

Instrumentos como la educación ambiental y la sensibilización de la población en general, son imprescindibles para conseguir los objetivos del Desarrollo Sostenible y, en este caso, del Turismo Sostenible.

Se trata de crear tanto en la población local como en visitantes y turistas comportamientos responsables con los recursos naturales y culturales del destino visitado. Los manuales de turismo responsable y los códigos de conducta frente a los recursos son muy abundantes, por ejemplo, en las diversas formas de turismo de naturaleza y ecoturismo.

Para la correcta planificación de las Actividades Turísticas locales, es necesario conocer todos los agentes que van a participar en el proceso. Es necesario también involucrar de forma efectiva y visible a la población local, para que el proceso sea socialmente sostenible. Ello se consigue por medio de campañas de sensibilización.

Las estrategias de visibilidad y comunicación de los procesos participativos en el desarrollo turístico sostenible deben formar parte de una estrategia de comunicación global del concepto, evolución y resultados de dichos procesos: hacia el resto de los destinos, hacia la industria turística, hacia el resto de las Administraciones públicas y hacia la sociedad en general.

## **5. Elección de las tipologías de productos más adecuadas**

Una vez analizados y evaluados los recursos, debemos seleccionar el tipo de turismo que puede desarrollarse en el espacio protegido, convertido en modalidades turísticas concretas.

La elección afinada del modelo de desarrollo turístico, y de las modalidades de producto que se van a trabajar prioritariamente, es una elección estratégica de gran importancia para el parque/destino. Los conceptos del desarrollo turístico sostenible deben estar presentes desde los inicios de la planificación estratégica del destino, y ser continuados después en los planes operativos.

Los conceptos de sostenibilidad deben también estar incluidos desde el principio en las fases de conceptualización, diseño y desarrollo de los productos, llevadas a cabo por los empresarios y profesionales turísticos. El sistema turístico sostenible debe asegurar en todo caso que los empresarios y profesionales turísticos, y sus asociaciones, estén permanentemente asesorados por expertos en turismo sostenible; tanto en estas fases de creación de producto, como en las de promoción, comunicación y comercialización.

La tutela a estos empresarios y profesionales es muy importante en las primeras fases del proceso.

La articulación de este tipo de procesos de asesoría experta y permanente permitirá también a los destinos la creación de redes, rutas, clubes de producto, y otras figuras similares para unir de alguna manera los distintos productos de turismo sostenible que existen en el mercado en función de sus afinidades por:

- modalidad de producto
- tipo de demanda
- tipo de espacio geográfico en el que opera



Después del proceso de planificación, analizando los recursos turísticos de los que dispone el parque/destino, se ha de decidir el tipo o tipos de turismo que se va a desarrollar.

En cuanto a las tendencias y ámbitos geográficos, podríamos hablar de dos grandes grupos de Turismo, el Turismo de Sol y Playa y el Turismo Interior, con todas las derivaciones que éste presenta: turismo urbano (turismo de negocios y congresos y convenciones), monumental, cultural, etnográfico, literario, gastronómico. El turismo de naturaleza, y sus modelos también tiene cada vez más una repercusión al alza en el conjunto de la sociedad; dentro de éste, encontramos también otras modalidades como el turismo activo, turismo verde o ecoturismo, rural, agroturismo, eco-agroturismo, etc.

La confusión de términos que tratan de definir las distintas modalidades de turismo y los distintos productos que generan es muy elevada, tanto hacia la demanda como hacia la oferta. Se tratará en primer lugar de crear un documento o marco conceptual que desbroce esta situación y permita establecer un lenguaje común sobre modelos y productos de desarrollo turístico sostenible entre operadores turísticos, destinos y demanda.

Dentro de los destinos y de sus correspondientes administraciones públicas, se tratará como un caso especial el de los responsables y técnicos de la gestión de los espacios naturales y culturales protegidos, por las especiales dificultades de su gestión frente a los flujos turísticos, tanto si se trata de flujos masivos como si se trata de flujos especializados, aportando diferentes problemáticas.

En estas estrategias de gestión pública y público-privada del turismo sostenible, juegan también un papel fundamental una serie de herramientas transversales que habrá que tener en cuenta, como la interpretación del patrimonio, la comunicación ambiental y la educación ambiental.

En su momento, se parametrizará la aplicación de estas herramientas transversales en los correspondientes indicadores que permitan medir su efectividad.

Se identificarán así mismo todas las buenas prácticas de los parques en cuanto a sostenibilidad y en cuanto a calidad general de la oferta y las operaciones y servicios turísticos, con el fin de incorporarlas al análisis y las propuestas positivas del nuevo método.

## **6. Desarrollo de un plan de acción de turismo sostenible**

Seleccionada la estrategia y la operativa, así como las tipologías de producto a aplicar, se establece un Plan de Acción con proyectos concretos a elaborar para el diseño de paquetes de Turismo Sostenibles.

Se procederá a la recopilación de estudios de demanda existentes con el fin de caracterizar a los tipos de turistas que disfrutan de estos parques.

Antes de decidir si hay que desarrollar el turismo en la zona, también es necesario determinar si existe un mercado para esos productos y cual es. No suele existir información sobre los perfiles típicos del visitante, las influencias del mercado o sus potenciales para cada uno de los segmentos del mercado relacionados con la naturaleza y la cultura.

Por lo tanto, sería aconsejable la elaboración de un estudio de mercado y una evaluación comparativa de cada zona. Aunque esto requiere una inversión financiera

inicial merece la pena. La ventaja reside en la mayor especificidad y pertinencia de los resultados respecto al área que nos interesa. En este sentido, se recomienda encarecidamente que el estudio de mercado se encargue a profesionales del turismo, quienes, además de estar familiarizados con el negocio del turismo, conocen la evolución del mercado y los posibles destinos competidores.

Hay dos formas posibles de definir los grupos de usuarios potenciales: una consistente en descubrir qué atracciones puede ofrecer la región y después buscar los mercados adecuados en los que entrar; la otra, en evaluar los tipos de actividades turísticas que muestran un mayor potencial de crecimiento o con menor representación en la región y adaptar los productos en consecuencia. En la práctica, lo mejor es combinar ambos enfoques.

Si comenzamos con la identificación de recursos y atractivos turísticos potenciales extraída de la evaluación de la oferta turística, se puede hacer una primera estimación de las personas interesadas en estos elementos. Estos datos servirán de orientación para el estudio de mercado, que ahondará en los segmentos de mercado para determinar la cantidad de turistas que un elemento turístico es capaz de atraer, su procedencia, cuánto durará su estancia, etc. En principio convendría explorar todos los mercados posibles, pues cuanto más variada sea la fuente de turistas, más estable será la base del turismo y menor la influencia en la zona de los futuros cambios del mercado.

Contar con una estimación del número de turistas procedentes de los distintos segmentos potenciales de mercado facilitará en gran medida el proceso de toma de decisiones. Si la cifra es muy pequeña, habrá que estudiar posibles alternativas o volver a plantearse la idea de desarrollar el turismo.

## **7. Diseño de paquetes turísticos en destino**

El resultado final de todo este proceso, debe ser el diseño de servicios, productos turísticos o paquetes que incluyan actividades y alojamientos de diversas tipologías en cada uno de los parques, considerando siempre la implicación de la oferta privada.

En cada parque deberán lograrse los servicios y productos turísticos más acordes con los criterios de gestión del espacio, y los productos que integren a los empresarios de alojamiento rural y actividades de turismo de naturaleza más responsables, dinámicos y cualificados.

El diseño de los servicios y paquetes procurará ajustarse lo mejor posible a los resultados del análisis de la demanda, y tendrá en cuenta también las recomendaciones de algún sondeo previo a los operadores turísticos de naturaleza.

## **8. Metodología de elaboración de productos. (Adaptados a parámetros e indicadores de sostenibilidad)**

Para el primer diseño y elaboración de los servicios y productos turísticos, se seguirá la siguiente metodología, adaptada a parámetros de sostenibilidad. Posteriormente, como desarrollamos en la propuesta, se realizará un ajuste de los productos diseñados junto con los Tours Operadores (TTOO), a través de una metodología específica, que consistirá fundamentalmente en Encuestas a operadores y Talleres de producto con los mismos.



## Diseño y elaboración de productos turísticos:

### • Análisis de la oferta

El primer paso, debe consistir en conocer la oferta real y potencial de la que disponemos, para trabajar en la creación de los productos turísticos. Tanto de recursos y atractivos turísticos, potenciales destinos de los productos a elaborar, como de infraestructuras y servicios básicos, para la acogida de visitantes y turistas.

Por ese motivo, abordaremos la realización de un inventario, teniendo en cuenta tanto los recursos, como los atractivos turísticos, así como la planta turística disponible.

En el apartado de recursos y atractivos turísticos, se dará especial atención a los recursos naturales, sin olvidar los recursos histórico-artísticos y socioculturales, que nos ayudarán a complementar los productos turísticos.

Con respecto a la planta turística, comprenderá el registro de todas las instalaciones y equipos de producción de servicios turísticos o de uso turístico: alojamientos, restauración, servicios de información, agencias de viajes y centrales de reservas, etc.

### • Inventario de recursos y atractivos turísticos

Para la realización de un inventario de Recursos y atractivos turísticos, principalmente centrados en recursos naturales, pero también en recursos patrimoniales y culturales de interés, se seguirá la siguiente metodología.

Se realizará un inventario que se apoyará en un soporte de registro en formato de fichas, lo que permitirá recoger sistemáticamente la información de cada uno de los recursos, para lo cual se diseñará un formato de ficha modelo.

Será importante distinguir entre: Recursos turísticos y Atractivos turísticos. Con la información recogida de cada uno de ellos, se cumplimentará cada una de estas fichas, que reflejarán como mínimo los siguientes campos:

En los recursos y atractivos:

- Denominación, categoría, tipo y subtipo
- Localización y medios de acceso
- Tipo de recurso y su descripción
- Señalización de los accesos
- Facilidades de acceso desde el exterior
- Trabajos en curso y proyectos existentes
- Calendario / Horario de utilización
- Nivel y grado de utilización del recurso
- Planificación existente en lo relativo al recurso
- Descripción y lugares de posibles expansiones
- Estacionalidad
- Tipo y volumen de visitas
- Perfeccionamientos que pueden introducirse en el recurso
- Demanda turística
- Utilización potencial
- Propiedad del recurso

- Organismos responsables de la ordenación, de la conservación y de la promoción del recurso
  - Observaciones
  - Características que le confieren interés turístico
  - Obstáculos y limitaciones
  - Otros (aparcamientos, señalización, iluminación, interpretación, etc)
  - Capacidades de uso turístico en su estado actual del recurso
- **Inventario de servicios turísticos básicos**

Será necesario también realizar un inventario completo de los servicios básicos disponibles, en los que se contemplen, desde alojamientos y restauración, a transportes y empresas de servicios trabajando en cada área.

El inventario de servicios básicos se realizará a través de un análisis comparativo, para el que se diseñará una base de datos específica en la que se recogerán los parámetros correspondientes a cada uno de los servicios analizados, basados en el siguiente esquema:

Para la realización de este análisis comparativo, se diseñarán unas fichas, que dispondrán como contenido mínimo:

- Nombre del establecimiento y/o empresa
- Categoría y tipo o subtipo
- Modalidad
- Dirección
- Características: número de plazas, temporada de apertura, ocupación media, servicios que ofrecen, perfil de la demanda, año de construcción y/o apertura, certificaciones o sellos de calidad, accesibilidad, forma de promoción, forma de comercialización

Los puntos a analizar serán:

- Alojamientos
- Restauración
- Estructuras para reuniones
- Empresas operadoras de Turismo
- Transportes e Infraestructuras
- Museos, Centros de Interpretación, otros equipamientos de uso público

## **9. Tipología de productos a comercializar**

Una vez identificados los recursos de que se disponen para la creación y diseño de productos turísticos, tanto desde la perspectiva de los recursos y atractivos, como desde la perspectiva de los servicios básicos con los que se cuenta, se realizará un análisis de la tipología de productos, que sería posible elaborar y cuales de ellos resultarían más interesantes desde un punto de vista comercial.

La elección de una u otra tipología de producto, a la hora de realizar el diseño, dependerá de nuestra demanda potencial y del mercado al que queramos dirigir cada uno de ellos, así como de los canales de distribución y comercialización a los que debemos adaptarles, ya que cada uno de estos canales, cuenta con unas características y necesidades específicas de producto.



- Identificación de los canales de distribución: agencias de viaje, venta directa, portales web.
- En base a la demanda:
  - Dirigidas al público Final: salidas programadas, alojamiento/actividades complementarias, alojamiento/gastronomía...
  - Dirigidas a Colectivos: programas culturales, actividades deportivas, rutas gastronómicas, talleres formativos...
- En base a su duración: fin de semana, puentes, semana santa...

## 10. Metodología de revisión de los productos que ya están hechos

Para la revisión de los productos ya diseñados, se realizará un análisis de todos ellos, adaptando la información recogida a unas fichas de productos, que nos permitirán observar los parámetros más interesantes y detectar los puntos fuertes y debilidades de los mismos, para rediseñarlos y corregirlos.

Estas fichas de productos turísticos, contendrán, como mínimo, datos referentes a:

- Nombre comercial del producto: título que defina la actividad
- Definición breve del producto turístico
- Descripción del producto. Desglose del día a día
- Tipo
- Capacidad
- Itinerarios
- Demanda: Tipo, procedencia y frecuencia según la temporada
- Grupo: tamaño
- Duración (en días y en noches de alojamiento)
- Salidas: época del año en que se realiza, salidas garantizadas, grupo mínimo...
- Equipamientos y servicios de uso público utilizados
- Tipos de alojamientos empleados
- Tipos de transporte utilizados
- Guía: características y capacidades
- Precio total
- Detalle de servicios incluidos y excluidos
- Detalle de alimentación incluida- excluida
- Detalle de empresas proveedoras de servicios
- Gestión: Pública, Privada o Mixta

Este apartado de la tipología de gestores de los productos turísticos, es especialmente importante, puesto que nos aporta datos sobre el modelo de gestión y sobre los canales de comercialización que emplea, por ese motivo se prestará una atención especial a los gestores.

- Agencias de viajes receptoras locales
- Empresas de turismo activo
- Asociaciones empresariales de turismo activo y de naturaleza

- Asociaciones profesionales
- Clubes y asociaciones recreativas
- Agencias de viajes mayoristas y operadores turísticos
- Portales de turismo en Internet, genéricos y específicos
- Oficinas de información turística con implicaciones productivas y comerciales
- GDS (Global Distribution Systems, traducido al español: Sistema Global de Distribución)
- CRS. Computerized Reservation Systems, (traducido al español: Sistema de Reservas Informatizado)
- Centrales de reservas
- Estructuras receptoras locales

Este análisis comparado de productos, o Benchmarking, nos permitirá disponer de las herramientas necesarias para realizar la revisión de los productos ya existentes y nos permitirá llegar a conocer qué productos turísticos existen en el territorio, cuáles están funcionando y son competitivos, así como cual es su nivel de sostenibilidad.

Una vez realizado el Benchmarking de los productos turísticos existentes, así como finalizado el proceso de inventario de los recursos, se procederá a realizar una evaluación para definir los recursos que pasarán a formar parte de los productos a elaborar y los productos y paquetes turísticos provisionales, que se presentarán al mercado en la siguiente fase del proceso. La selección se realizará en base a varios criterios, como:

- Su importancia en el conjunto de la oferta turística, como elemento representativo de destino
- Se seleccionarán recursos de manera que se genere el mínimo impacto ambiental
- El estado de conservación del recurso
- Vulnerabilidad del recurso
- Capacidad de carga
- Gestión para la conservación del medio ambiente
- Recursos naturales existentes y medidas de protección
- Su adecuación al Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) y Plan Rector de Uso y Gestión (PRUG)
- Se valorarán positivamente los productos gestionados por estructuras receptoras locales propias, en cada uno de los Parques
- Empleo de Guías de origen local
- Utilización de Hoteles con compromiso ambiental

Una vez diseñados los pre-productos, se realizarán una serie de acciones para presentarlos ante los operadores turísticos y que éstos colaboren en el ajuste final, para lanzarlos al mercado.

Se elaborará una base de datos que contenga los tour operadores especializados a contactar en el primer diseño de productos turísticos, para presentarles los productos provisionales y que permitan obtener información interesante para diseñar los productos definitivos.





Posteriormente, una vez diseñados los productos provisionales, se presentarán a estos operadores, lo que nos permitirá conocer su interés por la oferta de productos y paquetes que se están diseñando, y recabar de ellos información para terminar de perfilar el diseño de los productos y paquetes turísticos definitivos.

Los contactos con los TTOO seleccionados, se realizarán primero a través de contactos telefónicos, y a través del envío de encuestas, que se realizarán tanto a los operadores identificados en España como en el extranjero. Se realizará un seguimiento que permita obtener datos cualitativos. Posteriormente se convocará a los tour operadores españoles seleccionados a un encuentro de trabajo.

Se realizarán entrevistas personales en profundidad con los responsables de producto y cargos similares de touroperadores presentes en los encuentros de trabajo, del mismo modo, se contactará con responsables de producto en ferias.

Estas acciones nos permitirán la puesta en el mercado de productos finales mucho más afinados y adaptados a la necesidad de la demanda, lo que les aporta una mayor posibilidad de éxito.

### **11. Presentación de los productos al mercado**

Es muy importante que se transmitan hacia la demanda, tanto nacional como extranjera, los esfuerzos que tanto los Parques Naturales como los Parques Nacionales están realizando para lograr la sostenibilidad de los destinos y de las operaciones turísticas. La demanda y la sociedad en su conjunto deben de ser conscientes de que se trata de un proceso dinámico y lento, o que se lleva a cabo en muchas fases.

Los destinos y los empresarios deben también encargarse de transmitir de una manera amena y ágil los logros que van consiguiendo en todos los aspectos de la sostenibilidad turística. No conviene olvidar en ningún momento que la calidad y la sostenibilidad tienen un objetivo ético hacia la sociedad y hacia la demanda turística, pero que este objetivo ético también va acompañado de un objetivo de marketing que debe tender a que la calidad y la sostenibilidad sean elementos diferenciales del destino que éste pueda utilizar profusamente en su promoción y comunicación.

Las marcas de calidad ambiental y de sostenibilidad turística son herramientas que de una forma clara apoyan visualmente la imagen y la identidad corporativa de un destino embarcado en uno de estos procesos.

Las acciones específicas a desarrollar, para dar a conocer la metodología del Estudio, sus resultados y objetivos, se basará en la Publicación de un Documento que tendrá la forma de un Plan o Manual de Comunicación.

Este Manual reutilizará como guía o esquema básico par cualquier acción de comunicación y difusión de los resultados del trabajo; en cualquier tipo de medios y soportes. Contendrá indicaciones de fondo, sobre los aspectos de la filosofía que orienta el proyecto y los mensajes que debe transmitir a la sociedad. Contendrá también indicaciones de forma, sobre la identidad visual y corporativa del Proyecto, y sobre la forma de presentar comunicaciones, notas de prensa o "press release", resúmenes de prensa, etc.

Esta guía o manual se distribuirá convenientemente a instituciones públicas, empresas privadas, asociaciones, etc., siguiendo el correspondiente plan de difusión.

El Manual de Comunicación tiene también el objeto de acompañar desde un punto de vista de estrategia y sostenibilidad de las acciones en el tiempo, y de difusión y

sensibilización, cualquier acción pública que se acometa con relación al turismo en espacios naturales protegidos.

Se elaborará un resumen ejecutivo de síntesis del estudio que servirá para la disseminación de sus resultados entre instituciones públicas, entes académicos, cuadros técnicos, etc., como complemento y apoyo al plan y manual de comunicación.

Desde el punto de vista de la sostenibilidad del destino como destino turístico, no deben descuidarse los aspectos de imagen, de garantía, de cara a la demanda. Sería deseable que la condición de espacio natural protegido de los destinos implicados sirviese de algún modo como marca ó referencia de garantía de calidad ambiental y sostenibilidad en general de cara a los visitantes y turistas.

Ello complementaría a las estrategias de imagen, comunicación y visibilidad ya mencionadas.

## TEXTO ANEXO DE REFLEXIÓN Y DEBATE:

### **Las nuevas formas de turismo: nuestro producto natural**

*Un panorama sobre la actualidad del sector turístico no estaría nunca completo sin una reflexión sobre las que se ha dado en llamar “nuevas formas de turismo”. Asistimos al crecimiento constante de una oferta agrupada bajo diversos términos: turismo rural, agroturismo, turismo activo y de aventura, ecoturismo. Amparándose en estas denominaciones, se agrupan una serie de productos muy diversos con un denominador común en su filosofía: un respeto consciente hacia la conservación de los recursos naturales y culturales visitados, en línea con el “desarrollo sostenible” del turismo.*

*Es fácil inclinarse por la faceta conservacionista de la sostenibilidad turística en estos tiempos de creciente sensibilidad ambiental de la sociedad en general y de los consumidores turísticos en particular.*

*Pero tanto o más que esta faceta, nos interesa el aspecto económico del desarrollo sostenible del turismo. ¿Podemos confiar ciegamente en la actividad turística como en la vía más accesible de generar ingresos para conservar el patrimonio - natural y cultural -, al mismo tiempo que se crea riqueza en una industria turística dinámica y competitiva?*

*Una respuesta afirmativa a esta cuestión parece bastante clara para los estudiosos cada vez más estudiosos, de esta rama de la actividad turística.*

*Pero aún hay más, y aquí está tal vez el debate más poderoso: ¿hasta dónde debe llegar el turismo que vamos a llamar “clásico” en su compromiso con el medio ambiente?. La oportunidad de estas cuestiones es recurrente en foros técnicos nacionales e internacionales: desde la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible hasta los recientes Foros de Debate sobre Turismo, pasando por el Congreso Nacional de Medio Ambiente.*

*En todos ellos, se plantea como lograr la mejor fórmula en el frágil equilibrio entre turismo y medio ambiente; o lo que es lo mismo, entre economía y ecología. En este esquema de trabajo, los argumentos cada vez tienen más sensatez y más rigor científico. El turismo y el medio ambiente se llevan bien, y su conjunción es fructífera. Ya existen las suficientes pruebas de que la industria turística del futuro tiene que apostar por estas dos vías: la apuesta de la calidad es también la apuesta de la ecología aplicada y rentabilizada en los productos turísticos.*



*Pero para ello, es necesario sacar de su categoría marginal a las formas “nuevas” o “alternativas” de turismo: frente a mercados muy exigentes, no siempre es una alternativa, a veces es el único camino.*

*Cuando nos planteamos ciertas mejoras ambientales en la hotelería costera, también nos estamos planteando una forma “alternativa” de turismo: estar o no estar en el catálogo de determinados tour operadores alemanes, por ejemplo; no es tener más o menos cuota en ese mercado, es estar presente en él o no estarlo. ¿Quiere esto decir que hay que revolucionar los planteamientos productivos para complacer a unos determinados tour operadores, y convertir toda la hotelería en hotelería ecológica? .*

*Ni mucho menos: pero sí habrá que demostrar una actitud positiva hacia las exigencias ambientales de esa demanda europea que ha ayudado a conformar ideas como los mini-destinos libres de vehículos a motor, los “hoteles del silencio” o los “ecomodelos” de aldea turística como Hindelang.*

*Pero volvamos a las formas de turismo más implicadas en el medio natural: ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura y activo, no constituyen hoy por hoy una oferta lo suficientemente organizada y unificada en unos criterios mínimos de calidad operativa y de servicio. Este es el principal problema que mantiene estos productos marginados de las grandes redes de distribución del sector turístico, unido a la falta de un volumen de operaciones que las haga rentables. Por supuesto que existen iniciativas puntuales de éxito de estos productos, pero falla el conjunto: ya existe una demanda en España, en Europa, en América del Norte, que solicita este tipo de productos pero que les pide la misma garantía de calidad que si visita un hotel de cuatro estrellas de una cadena hotelera consolidada.*

*Al adentrarse en un espacio natural protegido con un grupo de observadores de fauna, el cliente quiere tener la misma sensación de confianza sobre la calidad del producto que va a encontrar que al abrir la puerta de la habitación de su hotel favorito.*

*Lo mismo podemos decir de un “trekking” de media montaña, o cualquier otro de los productos de aventura y naturaleza “light” que hacen furor en las cercanías de los hoteles de montaña: el turismo activo familiar, fácil y de corta duración, es el segmento masivo y accesible frente a la imagen mítica y minoritaria de las grandes aventuras en junglas, montañas y desiertos.*

*En el subsector del turismo rural y del agroturismo, nos encontramos con una imagen parecida, donde empiezan a tener un relativo e incipiente éxito las centrales de reservas privadas o públicas que aportan una cierta facilidad de gestión además de un cierto estilo de “marca de calidad”. Aquí las actividades llamadas “complementarias” al turismo rural empiezan a asumir el papel protagonista frente a las simples propuestas de alojamiento.*

*Recuperación de folklore, interpretación ambiental, recorridos monumentales... se convierten en los nuevos retos organizativos del turismo rural y de interior. La gestión turística del patrimonio cultural y natural es la ciencia clave en la puesta en valor de la España interior.*

*En este conjunto, el entorno natural asume un papel de referencia de calidad: la calidad del producto turístico es también la calidad de su espacio. Ya no va a ser siempre posible concebir productos turísticos que en apariencia funcionan correctamente, pero que se desarrollan al margen de su entorno y de los seres humanos que lo habitan.*

*Un creciente segmento de la demanda requiere un turismo de vivencias y sensaciones frente al consumo acelerado de imágenes. Este segmento de la demanda también visita los espacios naturales protegidos, todavía hoy una oportunidad para los productos ecoturísticos de alto nivel.*

*Resolver los problemas de la gestión turística de estos espacios es conseguir su desarrollo armónico con el de una industria turística circundante dimensionada a escala humana; no sólo en tamaño, sino en inteligencia. La inteligencia que permite distribuir en los parques nacionales y naturales a los visitantes según su grado de interés en el medio.*

*La inteligencia que puede construir espacios recreacionales en el medio natural y parques temáticos allí donde el entorno permite su desarrollo, dejando los ecosistemas más frágiles e inaccesibles para los turistas naturalistas de alta motivación y que están dispuestos a pagar elevados precios .*

*La misma inteligencia que permite figuras de gestión privada de los espacios naturales públicos, en las que el turismo sea no sólo un mal necesario que se acepta con resignación sino la fuente de ingresos que permite conservarlos dignamente de modo indefinido, para beneficio del género humano y de las empresas turísticas que encuentran su modo de vida en torno a ellos y a los productos que generan.*

*¿Está dispuesta la demanda a variar sus decisiones en función de la calidad ambiental de los productos y destinos turísticos?. La tendencia positiva en este comportamiento es generalizada: los procesos de adecuación ambiental en el sector hotelero son ya corrientes y no son exclusivos de los alojamientos en el medio natural.*

*La hotelería ecológica no es sólo un argumento de ventas sino también un ahorro en cortes energéticos y de materias primas, y un compromiso ético y estético que forma parte del bagaje de identidad corporativa de las empresas turísticas modernas.*

*Tan ecoturístico puede ser un pequeño y acogedor hotel rural como puede serlo un hotel costero bien diseñado e integrado en el paisaje, siguiendo las pautas del "ecolodging".*

*Está claro que las nuevas formas de turismo aún tienen un inmenso camino por recorrer en España, con una demanda - como es el caso del turismo rural - que utiliza los servicios de las agencias de viajes sólo en un tímido 10% para organizar sus vacaciones campestres, activas o aventureras.*

*La gastronomía también tiene oportunidades pendientes en las nuevas formas de turismo. Con independencia de los atractivos de la cocina regional y de mercado, de los sabores fuertes y las calorías abundantes, existe una parte de la demanda que se desplaza al medio rural y natural en busca de salud y equilibrio. Esta es la demanda que busca la cocina natural, los alimentos de huerta, las recetas con hierbas y los sabores suaves.*

*El turismo rural pierde cada día una oportunidad mientras no desarrolla con más frecuencia este tipo de iniciativas gastronómicas alternativas para el turista rural contemplativo y de actividad moderada.*

*Calidad del espacio, calidad de las materias primas, calidad de servicio: también en el turismo rural y en el agroturismo la calidad es la apuesta definitiva. Desde Taramundi a las agromasías, desde la subbética cordobesa a los pazos gallegos, la familiaridad en el trato se hace acompañar ahora de la profesionalidad en el servicio.*



Los guías y operadores de naturaleza y aventura garantizan el contacto íntimo del turista con la naturaleza y de su interpretación del medio depende en gran medida el éxito del producto.

La regulación realista de los aspectos operativos, empresariales y fiscales de estas nascentes actividades, es la deuda pendiente de algunas administraciones autonómicas.

También en el caso de los parques nacionales y naturales, la clientela ya llegó, y ahora hay que generar rápidamente los instrumentos de gestión de visitantes allí donde no están disponibles.

La concertación de esta gestión con los operadores turísticos responsables es el paso más útil para la optimización de su uso. La visión "preservacionista" de los medios rurales y naturales, que los quiere recubrir de una campana de cristal, para la eternidad no tiene sentido salvo en el caso de joyas naturales extremadamente frágiles.

El marketing ecológico del turismo está lo suficientemente desarrollado en España y fuera de ella, como para desperdiciar unas rentas que la sociedad necesita para progresar y los espacios naturales para sobrevivir. Los expertos están listos para ser consultados, y el medio ambiente le tiende la mano una vez más a la industria turística.

La formación de alto nivel para gestionar el ecoturismo y el turismo en los espacios rurales también existe ya en nuestro país. Sólo falta un pequeño empujón para la creación de un verdadero subsector cuya importancia económica y social es indudable en la revitalización de la España interior, la que se queda infrutilizada y lejos de los grandes itinerarios turísticos consolidados por el uso.

La hostelería española tiene un nuevo trabajo para adaptarse a los gustos del "eco-traveler" del próximo milenio, y sabemos que lo hará con placer y profesionalidad. Todos los que formamos parte de este valioso destino turístico nos alegraremos con ello.

## TEXTO ANEXO DE REFLEXIÓN Y DEBATE:

### **Gestión turística del patrimonio natural = naturaleza eterna , naturaleza rentable**

En el momento de abordar con una perspectiva científica y económica la gestión de las actividades turísticas y de ocio en las áreas naturales, es lo más frecuente que nuestra mirada se dirija instintivamente hacia los espacios naturales protegidos. La relativa abundancia de las últimas décadas en la declaración de parques nacionales y naturales coincide con una fuerte demanda de la sociedad en general por visitarlos, y con una consiguiente y creciente fuerte presión de las actividades turísticas sobre ellos. La sensibilidad ambiental de la sociedad aumenta y tiende a promover la conservación de los territorios y ecosistemas que considera simbólicos y valiosos, como representantes históricos del patrimonio natural de un país.

Al mismo tiempo, los espacios naturales ya protegidos tienen intrínsecamente imperiosas necesidades financieras para conservarse y estudiarse. Más aún, las propias actividades turísticas y de ocio generan nuevas y enormes necesidades de investigar los impactos ambientales que causan a corto, medio y largo plazo.

*La imagen de rareza, singularidad y belleza estética de los espacios naturales protegidos atraen la realización de cientos de estudios y el planteamiento a su alrededor de largas polémicas sobre las estrategias para su conservación.*

*De un modo u otro, la ecuación sinérgica de la sostenibilidad entre beneficios económicos y conservación de los recursos funciona de vez en cuando en los espacios naturales protegidos con respecto al turismo y las actividades de ocio en la naturaleza.*

*Al menos, existen la preocupación, la base científica y las estructuras humanas para perfeccionar esa vocación sostenible de los espacios naturales que gozan de alguna figura de protección. En cambio, los espacios naturales que podemos denominar genéricamente como “no protegidos”, y como queda bien claro a partir de su propio nombre, generalmente se enfrentan solos al fenómeno turístico global.*

*De modo flagrante y extremadamente frecuente, la invisible frontera administrativa entre espacio protegido y no protegido sirve para dar por legitimado cualquier uso turístico y de ocio, libre u organizado, en el área no protegida. Entre las áreas no protegidas, y simplemente refiriéndonos a España, se cuentan también numerosos territorios que ostentan valiosos y atractivos ecosistemas, valiosos recursos turísticos en suma.*

*Pero todo lo que son dificultades no siempre razonables a la operación turística en el interior de las áreas protegidas, se convierte en ausencia casi total de limitaciones a la imaginación en el resto del territorio. A veces, sólo la propiedad privada sirve de freno y de control a las actividades de tiempo libre más impactantes y a la concentración de visitantes en el espacio y en el tiempo.*

*Con este panorama, ante el momento de presión de las visitas a los espacios naturales, se impone el diseño de una política turística conservacionista y sostenible aplicada sobre el conjunto del territorio. Se impone porque hay que hacer sitio a las oleadas de los nuevos naturalistas del ocio que ya no caben en las áreas protegidas. Se impone porque centenares de parajes rurales, montañosos, costeros, menos espectaculares y más olvidados por la opinión pública, También merecen la pena conservarse.*

*Del mismo modo que tantos monumentos de la España interior se hundan porque quedan fuera de los grandes ejes viales y de los circuitos turísticos más consolidados y tradicionales. Los espacios naturales y rurales que no han sido privilegiados con alguna figura de protección se quedan sufriendo en silencio.*

*Sufriendo el desconocimiento de los naturalistas del ocio, el olvido de las campañas promocionales, el abandono de las actividades productivas y la definitiva despoblación; o sufriendo formas de turismo fuertemente estacionales, carentes de regulación, depredadoras y poco rentables; o sufriendo ambas cosas a la vez.*

*Necesariamente tienen que diseñarse sinergias efectivas: existen territorios rurales cuya sola ordenación del paisaje tras siglos de aprovechamiento humano es una joya para la vista y una riquísima memoria cultural, además de un evidente recurso turístico. También es cierto que no es fácil operar turísticamente con estos recursos: con los bosques perdidos, con los humedales desconocidos, con las portadas románicas que se resisten a caer ante la fuerza de la hiedra y de la desidia. ¿Pero no estamos hablando de la gestión turística del patrimonio natural?. Sí, pero llega un momento en el que resulta muy difícil considerar cada recurso por su cuenta y lo natural, lo rural, lo cultural y lo histórico se confunden y nos piden un tratamiento de choque*



conjunto. Sin olvidar el elemento humano: del mismo modo que es difícil considerar separadamente las piedras talladas de la tierra sin el hombre allí donde habita.

Plantear un tratamiento conjunto, económico y turístico, científico y a largo plazo, impone una serie de premisas. La primera premisa económica es tajante: si los fondos necesarios para que los espacios naturales se conserven y perfeccionen el conocimiento de sí mismos deben ser originados básicamente por las actividades turísticas y otras formas de ocio organizado, es necesario responder de una manera eficaz a las necesidades operativas de las empresas turísticas y paraturísticas que trabajan en estos espacios y explotan comercialmente sus recursos.

Más importante aún es esta premisa cuando se trata de las empresas que constituyen el tejido económico endógeno de los espacios y al mismo tiempo su oportunidad de supervivencia.

La participación de la comunidad local es para este tipo de iniciativas mucho más que una hábil y recurrida coletilla en los proyectos. Cuando se trata de la rentabilización del patrimonio natural, contar con la tradición secular de manejo de este patrimonio por parte de los pobladores locales es una muestra de inteligencia económica, de cultura y de respeto histórico. Parece a primera vista difícil justificar los requerimientos de sostenibilidad futura de un proyecto de desarrollo ambiental turístico, si no se cuenta en paralelo con los cimientos de la sostenibilidad aportada por el pasado.

Ésta es una visión antropológica, que no antropocéntrica, del medio ambiente.

Es decir, lo conservamos para ponerlo a nuestro servicio; y utilizamos la relación tradicional y estrecha del hombre con su medio como modelo de relación turística.

Lógicamente, esta primera premisa va acompañada de una segunda: son los entes empresariales implicados en la gestión comercial turística de los recursos naturales los encargados solidarios, junto a las administraciones públicas que correspondan, de proveer los fondos para su conservación.

En este esquema de sostenibilidad, los espacios naturales necesitan contar entre sus filas con verdaderos gestores especializados en turismo que le hayan perdido definitivamente el miedo a mantener estrechas relaciones con su industria y que hablen de beneficios comunes.

Gestores que pacten y establezcan parámetros de calidad operativa que no vayan ni contra la conservación ni contra la rentabilidad, y que respondan a la especialización de las motivaciones y a la sensibilidad ambiental de la demanda turística.

Gestores que traten a los visitantes con las herramientas que ya tienen la ciencia turística y la ecología humana.

No se entiende una gestión turística del patrimonio natural sin atender a los deseos y necesidades de la demanda respecto a ese patrimonio; ya que es esta demanda la que habrá de pagar, en suma, un importante porcentaje de su gestión y mantenimiento.

La clave es generar un proceso de evolución: de la información ambiental a la educación ambiental, y de la educación a la interpretación. O lo que es lo mismo, evolucionar desde el conocimiento de los hechos a la creación de comportamientos, y de ahí a la puesta en íntimo contacto del hombre con el medio; dando respuestas a las necesidades de ocio pasivo, de ocio activo y de ocio creativo en los espacios naturales.

*El hecho de no aprovechar estas tendencias y necesidades de la demanda turística compromete directamente la propia supervivencia a medio y largo plazo de los recursos, por falta crónica de fondos públicos para conservarlos y gestionarlos. Si la carencia afecta directamente a los espacios naturales protegidos, se agrava totalmente en los espacios rurales y naturales desprotegidos.*

*En el momento en el que conseguimos superar la tendencia preservacionista, ¿no es un desperdicio temerario el hecho de no aprovechar el atractivo de los espacios naturales con mayor carisma hacia el público en general?. En realidad, la tendencia hacia la preservación a ultranza esconde con frecuencia el desconocimiento de qué hacer con los flujos de visitantes, o la inexistencia de planes de uso y gestión en lo referente a la actividad turística.*

*Planes y estudios que, precisamente, no existen o no se desarrollan a fondo por falta de recursos financieros. Además, la correcta utilización comercial de los atractivos naturales puede aportar beneficios complementarios colaterales al entorno del espacio de que se trate, gracias al movimiento social y económico que genera, y siempre que se establezcan y mantengan unos límites de crecimiento.*

*A este respecto, la estrategia puede consistir en la combinación entre:*

- El establecimiento de unos “Límites del Cambio Aceptable” relativos a las acciones a tomar sobre el patrimonio natural.*
- Y el diseño de políticas de marketing ambientalmente responsables relativas a los productos turísticos originados.*

*Dicho de otro modo, y en conexión con los límites previamente establecidos, no se vendería más de lo que el recurso o el territorio de que se trate pueden soportar.*

*En este esquema de operación, las capacidades de acogida y carga se establecen de modo dinámico, y se van modificando de forma continua a partir de la constatación de los impactos reales percibidos de las actividades turísticas tanto sobre el medio como sobre las poblaciones implicadas.*

*En este sentido, cobran una elevada importancia los pactos previos de operación con los operadores turísticos, su grado de sensibilización y su disposición a colaborar económicamente en la conservación y mejora del recurso natural explotado.*

*En un sentido práctico más amplio, se trataría de utilizar básicamente tres estrategias, solas o combinadas, aplicadas al marketing y gestión turísticas de los espacios naturales. De un modo esquemático, podemos denominarlas política de precios, política de productos y política de marcas.*

*En principio, nos interesa describir un poco qué líneas de actuación y problemáticas concretas implican cada una de estas políticas.*

- Política de precios: del mismo modo que ocurre en otras formas de turismo convencionales o clásicas, la guerra de precios turísticos a la baja llega también a los espacios naturales, estén o no protegidos. Las premisas de esta política populista serían algo así como: “ya que los recursos naturales están ahí y son gratis, vamos a venderlos a los visitantes por nada o casi nada”; o “ya que la gente quiere venir a los Parques gracias a una creciente sensibilidad por la naturaleza y la ecología no vamos a cobrarles por ello”.*





*Así, una fuerte promoción incitando a visitar la naturaleza en general y los espacios naturales protegidos en particular aparece en los medios de comunicación, atrayendo a ellos a segmentos de la población con motivaciones muy variadas.*

*Una buena parte de la problemática de la operación turística proviene justamente de esta variedad de motivaciones: frente a intenciones básicas como disfrutar de un día en el campo, contemplar un paisaje agradable y comer al aire libre sin más pretensiones, la oferta natural se queda pequeña.*

*Nos faltan áreas recreativas, nos faltan suministros de agua, nos faltan aparcamientos, nos faltan servicios sanitarios y gestión de residuos, por ejemplo.*

*Al mismo tiempo, un sinfín de actividades al aire libre se ofertan para los segmentos de la población más interesados en un ocio activo o creativo. La existencia o no de: señalización que permita los recorridos autoguiados, aparcamientos disuasorios o medidas restrictivas para el acceso de los vehículos, centros de interpretación ambiental y recepción de visitantes, información gráfica e impresa de calidad,.. entre otras medidas menores, van a ser claves en la distribución física de los visitantes y en su segmentación por motivación.*

*La oferta de actividades que se conforma tanto en los espacios naturales y rurales en general como en las áreas protegidas y su entorno también colabora a la segmentación por motivación.*

*Concretamente, las áreas protegidas requieren de una política comercial más agresiva hacia sus zonas de influencia cercana, que implique al mismo tiempo la sostenibilidad económica de sus esquemas productivos de turismo y ocio.*

*Esto es fácil cuando los precios turísticos están en una guerra a la baja y la sensibilidad de la sociedad por los espacios naturales dificulta la aplicación de tarifas razonables de visita y estancia para la gestión y conservación de los mismos.*

*Esta opción popularizadora plantea también mayores dificultades de absorción y control en la gestión de flujos de visitantes y en los impactos de sus actividades. La incorporación relativamente reciente al panorama turístico de las ofertas de ecoturismo, turismo activo y deportes de riesgo y aventura en la naturaleza genera nuevas demandas inducidas hacia los espacios naturales, a lo que colabora también el trato de favor que reciben.*

*La promoción de las áreas protegidas en los medios de comunicación, la extensión de las redes de distribución turística y la aparición de un gran número de canales de distribución alternativos (clubs deportivos, asociaciones, ONG' S) que operan con este tipo de productos colabora también a su gran dispersión geográfica y a la variedad de su público.*

*Frente a esta aparición en el escenario turístico natural de una serie de demandas inducidas y no específicas se puede plantear paralelamente una política razonable de precios sobre los recursos.*

*Esta política de precios puede implicar la aplicación de precios variables de visita en función de ciertos parámetros de los recursos: accesibilidad, rareza, fragilidad ecológica, dificultad de su conservación, especialidad de su demanda.*

*En este esquema, se comercializarían a precios elevados las visitas a recursos escasos por parte de la demanda con motivaciones específicas. Con el mismo espíritu, se comercializarían a precios más económicos las visitas a los recursos menos frágiles*

y más abundantes, así como los entornos o zonas de influencia de los espacios naturales protegidos.

Estos recursos están destinados a una demanda popular con un interés general en la naturaleza y el paisaje, pero menos exigente en cuanto a la rareza y especialidad de los ecosistemas visitados, y consecuentemente menos dispuesta a pagar precios elevados por la conservación y disfrute de tales recursos.

- *Política de producto:* el punto anterior se conectaría de modo inmediato con el desarrollo de una política de productos especializados por parte de cada espacio natural. Esta consistiría en el diseño y operación de pocos productos, netamente ecoturísticos, y destinados a una demanda muy exigente en cuanto a calidad ambiental de los productos y de los espacios.

Ésta es una política especialmente apropiada para parques que dispongan de recursos muy atractivos y muy vendibles. Los visitantes/clientes serían reducidos en número y pagarían precios de la banda alta en las gamas de productos ecoturísticos.

Las actividades de aire libre de tipo ligero, recreativo y familiar quedarían fuera del espacio; incluso serían el objeto de la creación de parques recreacionales de naturaleza. En el entorno del espacio pero arropados y atraídos por su marca.

- *En este punto conectamos con las políticas de marca:* lo que interesa no es tanto vender el espacio natural sino su entorno bajo la misma marca.

En muchos casos, ni siquiera será necesario que los visitantes penetren al interior del espacio, ni los operadores turísticos lo necesitan para operar sus productos.

Es la marca como destino turístico del espacio natural lo que vende. Los circuitos ecoturísticos o de turismo activo pueden combinar diversas modalidades, e incluso no ser básicamente ecoturísticos, pero la presencia del nombre de un espacio famoso o conocido genera una inmediata confianza en la demanda, en cuanto a la calidad natural y ambiental del destino que va a visitar.

En cualquier caso, podremos combinar la utilización de estas políticas desde el momento en el que la realización de los estudios de visitantes se realicen con verdadera vocación de investigación comercial. Esto nos llevará a ver a los visitantes como clientes y comprender tanto sus motivaciones naturalistas como sus motivaciones estrictamente turísticas y de distribución de los tiempos de ocio.

También nos llevará a llegar a pactos con los operadores turísticos para desarrollar la promoción y gestión conjunta del turismo en los espacios naturales. En este caso, los operadores pueden gestionar las actividades puramente turísticas tanto en el interior como en el exterior del espacio, aunque sea bajo el estricto control de sus gestores. En este esquema, los gestores del espacio recibirían los beneficios del turismo mientras se concentran en los trabajos estrictamente científicos, en la conservación y en los estudios de visitantes.

Los beneficios económicos procedentes del turismo contribuyen a realizar actividades de mejora ambiental en el espacio y a garantizar su mejor conservación y su mejor conocimiento.

Un entorno de parque, por ejemplo, bien estructurado temáticamente, que cuente con todos los elementos recreativos concentrados, así como con la gestión de suministros y residuos centralizada, puede dejar fuera de los recintos frágiles al porcentaje que



sólo buscan una actividad recreativa simple, pero que la buscan en un destino natural cuya marca ya se ha posicionado en el gran público.

Se necesitarán infraestructuras con una gran capacidad de acogida turística, y previstas para una alta absorción de visitantes. Para que el espacio pueda garantizar su sostenibilidad le será necesario controlar y distribuir los flujos de visitantes y los flujos de ingresos.

Los operadores puede pagar cánones y licencias de uso comercial, o pagar en forma de gestión de servicios turísticos o servicios generales. En todo caso, colaborarán en la zonificación del espacio por segmentos de la demanda en relación al valor de los ecosistemas implicados.

Las oportunidades de desarrollo turístico de los espacios naturales necesita también atender a las actuales exigencias de información e interpretación ambientales por parte de los consumidores de ocio y tiempo libre.

Las nuevas tipologías de estos consumidores y su mayor sensibilidad ecológica exigen también de una calidad ambiental evidente y visible como componente de los productos. En esta línea, la estrategia es reforzar el marketing ecológico de los espacios naturales frente a su demanda actual y potencial.

Un valor añadido de las estrategias mencionadas será que, ante el desvío de la demanda no especializada hacia infraestructuras paralelas, los especialistas en la gestión de los espacios pueden concentrar sus esfuerzos en la conceptualización y diseño de productos destinados a la demanda ecoturística especializada.

Para terminar, se propone un refuerzo del merchandising naturalista de los espacios: una política de marketing bien orientada, con el adecuado componente de marketing ecológico, es la excusa idónea para comercializar productos que refuercen la imagen corporativa del espacio, y que pueden estar dotados de un alto valor informativo, educativo e interpretativo.

Una política de merchandising pobre es el primer indicio de una política pobre en la gestión turística estratégica de los espacios naturales. Es preciso dejar de considerar el ecoturismo como un mal necesario, para considerarlo como un potencial beneficio para una conservación de la naturaleza paralela al progreso del hombre.

La calidad, la última palabra mágica del turismo español, también tiene su sitio en la gestión turística relativa al patrimonio natural. Las exigencias crecientes de la demanda respecto a la calidad ambiental de los destinos turísticos piden una respuesta que muy pronto será urgente.

El mismo paralelismo que hemos anotado en lo referente a los espacios naturales protegidos y los no protegidos, se revela en cuanto a los destinos turísticos específicos de naturaleza y los destinos turísticos tradicionales.

En los primeros, el marketing ecológico del turismo se traduce en productos ecoturísticos, hostelería ecológica y mensajes ambientales blandos en la comunicación. En los segundos, se utiliza la adecuación ambiental como valor diferencial frente a la estandarización de productos y destinos.

En estos esquemas, la estrategia de calidad se corresponde con una necesidad imperiosa de dar salida a la sensibilidad ambiental de la demanda.

*Esta salida puede ser una implicación interpretativa en el manejo del espacio, una aportación económica a la conservación, un mensaje publicitario en origen o un mensaje educativo en destino.*

*Todos ellos nos van a servir como elementos de gestión turística del patrimonio natural. La percepción de la calidad ambiental de nuestras operaciones va a constituir un factor decisivo de vinculación emocional del visitante con el recurso. En un esquema macro, esta vinculación emocional puede significar que en un futuro no exista el turismo de naturaleza porque hay espacios, sino que existen los espacios porque hay turismo.*

*Esta perspectiva humanista se complementa totalmente con la perspectiva económica: puede darse un caso extremo de que sólo en función de la rentabilidad de las visitas se decida o mantenga la existencia o protección de un espacio. La actividad turística convierte espacios ociosos en espacios productivos, y sólo la tendencia extractiva a corto plazo puede estropear este esquema.*





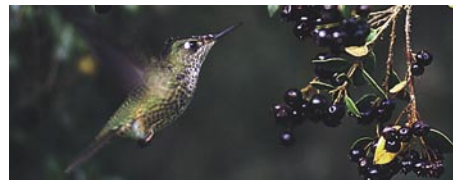
# Caso de sitio: ECOTURISMO Y COMUNIDADES LOCALES EN PARQUE NACIONAL PUYEHUE. REGIÓN DE LOS LAGOS

Carlos Poblete Barros  
Jefe Departamento Áreas Protegidas y Medio Ambiente CONAF Los Lagos  
Chile

A fines del año 2004 la Corporación Nacional Forestal, entidad administradora de las áreas silvestres protegidas de Chile, formula una nueva política para el desarrollo del ecoturismo en el Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE) y en su entorno. Estas nuevas políticas enfatizan en la necesidad de proyectar los objetivos del territorio protegido a las comunidades aledañas, tanto con el fin de obtener un verdadero efecto de zona de amortiguación en el entorno de los Parques Nacionales y otras unidades del sistema, así como para crear nuevas opciones de desarrollo sostenible en las comunidades locales, especialmente por la vía del desarrollo del ecoturismo.

Dentro de los principios del ecoturismo es posible destacar los siguientes:

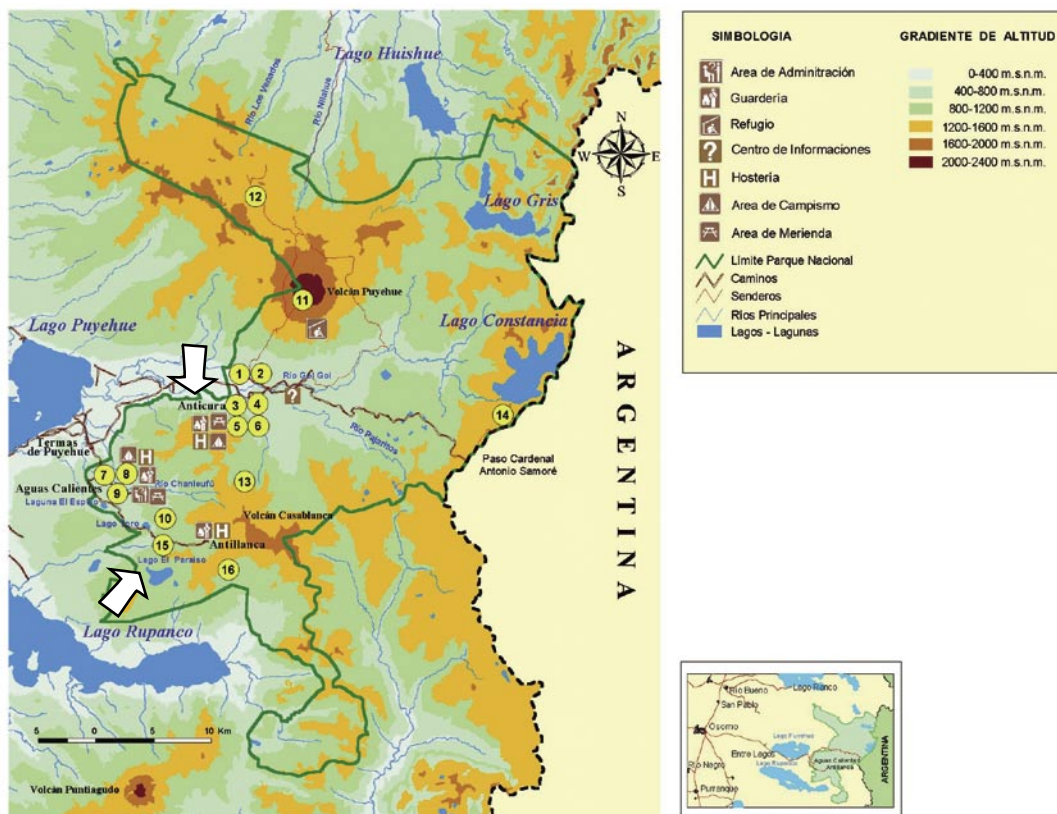
- Lograr la percepción de las Áreas Silvestres Protegidas (ASP) como un compromiso de todos, especialmente de los residentes locales
- Conducir a un tipo de uso que minimice los impactos negativos tanto en el medio ambiente natural como en la cultura local
- Contribuir a la gestión de las ASP mediante el mejoramiento del vínculo con las comunidades locales
- Propiciar beneficios económicos para los habitantes del lugar
- Contribuir a mejorar las condiciones de vida de las culturas locales en un marco de respeto a su identidad y sus valores



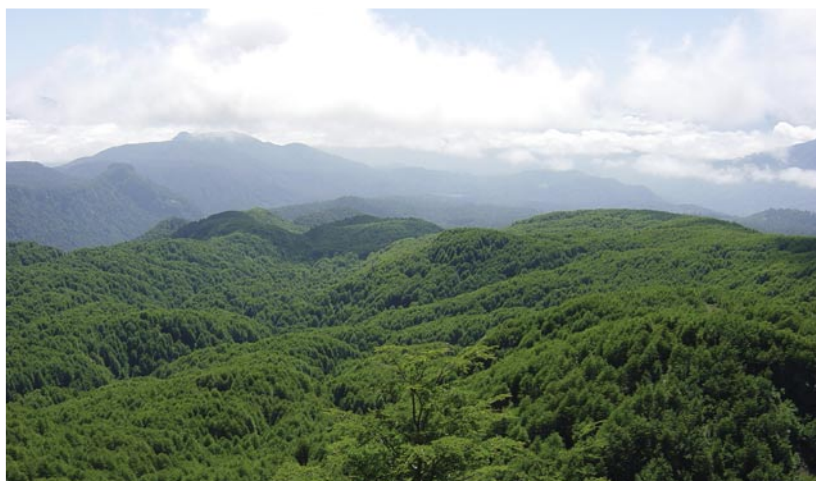
Sobre la base de estos principios la nueva política institucional postula el cuarto Objetivo Específico: "Fortalecer la participación de las comunidades locales y comunidades indígenas insertas y/o aledañas, en el desarrollo del ecoturismo en áreas silvestres protegidas y su entorno, incentivando un mayor respeto y valoración de la sociedad hacia esas culturas".

A la luz de estas nuevas directrices, en Parque Nacional Puyehue se procuró comenzar a trabajar con comunidades locales con el fin de intentar satisfacer los objetivos planteados. A continuación se expone un breve resumen de dos de las experiencias emprendidas desde el año 2004 en adelante.

### Parque Nacional Puyehue



Las flechas señalan la ubicación de Anticura y de Lago Paraíso en Parque Nacional Puyehue



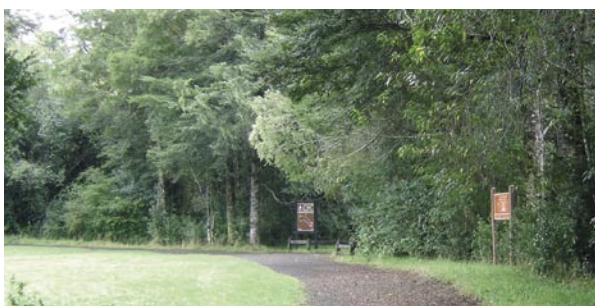
## CONCESIÓN COMPLEJO ETNOTURÍSTICO ANTICURA – PN PUYEHUE. COMUNIDAD INDÍGENA ÑIELAY MAPU

### 1. ANTECEDENTES GENERALES

#### 1.1. El Complejo Anticura – Parque Nacional Puyehue

El Complejo Anticura se ubica a 96 km. de la ciudad de Osorno de la Región de Los Lagos del sur de Chile y muy cerca de la frontera con la República Argentina. Es un punto de Parque Nacional Puyehue caracterizado por un alto tránsito de viajeros que cruzan la frontera por el Paso Internacional Antonio Samoré, calculados en 350 mil personas al año. La zona posee un potencial turístico que nunca no se ha explotado en su totalidad.

El complejo está dotado de un amplio restaurante, cabañas, áreas de acampar y senderos que recorren los bosques del Parque Nacional. Fue construido con fondos públicos a comienzos de la década de 1980, pero nunca entregó rentabilidades interesantes para los concesionarios tradicionales debido a los altos costos operacionales, especialmente por los requerimientos de permanencia del personal del área, en su mayor parte proveniente de Osorno u otras ciudades más alejadas, así como por la marcada estacionalidad de la demanda.



#### 1.2. La Comunidad Indígena Ñielay Mapu (en Castellano “Sin Tierras”)

La comunidad está integrada por 24 familias Mapuche Huilliche que habitan la zona de Anticura en la cercanías del Parque Nacional. Residen en estancias pertenecientes a terratenientes que contratan al padre de familia como inquilino para las labores de campo. En estas circunstancias la mujer ejecutaba labores de hogar, sin remuneración pecuniaria.

#### 1.3. Acerca de la iniciativa

Desde el año 2005 se entregó en concesión el complejo Anticura a la comunidad indígena Ñielay Mapu. Ello con el fin de satisfacer los objetivos de las nuevas políticas de ecoturismo en lo relativo al beneficio de las comunidades locales. Es importante destacar que la iniciativa fue liderada por mujeres (lamuenes), buscando el incremento de los ingresos económicos familiares mediante el complemento con los sueldos de los esposos.

La presidenta de la Comunidad, la Sra. Norma Vargas Queulo, recientemente fue reconocida por la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) en el día internacional de la Mujer Indígena, como una de las mujeres destacadas en la categoría Mujer Emprendedora.





## 2. DEMANDA EN EL AÑO 2006

Caracterización de los visitantes: **80% Turistas Extranjeros, 20% Turistas Nacionales.**

Ingresos obtenidos en el año 2006:

<b>Cabañas:</b>	<b>271 personas,</b>	<b>ingresos 8.400 euros</b>
<b>Albergues:</b>	<b>416 personas,</b>	<b>ingresos 2.000 euros</b>
<b>Camping:</b>	<b>490 personas,</b>	<b>ingresos 2.100 euros</b>
<b>Senderos:</b>	<b>3.602 personas,</b>	<b>ingresos 7.100 euros</b>
Total Ingresos		19.600 euros

## 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO

### 3.1. Cultural organizacional

La comunidad Indígena Ñielay Mapu, esta caracterizada por una alta motivación por el rescate de la cultura Mapuche Huilliche y por parte de sus dirigentes por el emprendimiento; impulso a los valores de participación, y democracia interna.

### 3.2. Análisis funcional

La Directiva: Está compuesta por lamuenes (mujeres), todas muy activas y motivadas por el logro de objetivos. Se coordinan adecuadamente y la comunicación es fluida y constante.

La Asamblea de Socios: Si bien esta instancia se reúne habitualmente, son habituales las contradicciones y diferencias internas, lo cual tiene sustento en la cultura Mapuche Huilliche.

Administración del Complejo Enoturístico Anticura: existe una buena administración integrada por personas con conocimiento de la materia, atributos logrados a través de los años de desempeño en el sector. Es importante destacar la alta motivación del equipo por la capacitación y el aprendizaje constante, lo cual se refleja en la participación no solo en cursos de capacitación sino en el autodesarrollo al tomar carreras de educación superior y regularización de estudios de nivel medio.

Asesoría Profesional: la Directiva y Administración del Complejo cuentan un equipo de asesores integrados por profesionales de las siguientes áreas: Magíster en Administración de Empresas, Técnico Agrícola, Contador.

## 4. DEFINICIÓN DE LA DIRECCIÓN ORGANIZACIONAL

Visión.- El Complejo Anticura es el principal proveedor de servicios relacionados con el turismo de naturaleza, con una pertinencia Etnocultural Mapuche-Huilliche,



que otorga servicios orientados a la calidad total, con los precios mas bajos del mercado, lo cual genera una imagen corporativa de amplia proyección Nacional e Internacional, a lo que se agrega como elemento diferenciador respecto a la competencia por constituir la única empresa autogestionada por una Comunidad Mapuche Huilliche.

## 5. FORMULACION DE LA ESTRATEGIA ORGANIZATIVA

### 5.1. Estrategias de crecimiento

Se formulará una estrategia de marketing con el objeto de incrementar la participación del mercado, con un incremento del 10% anual durante los próximos 5 años de ejecución del proyecto.

Se desarrollarán nuevos productos y servicios, entre lo que se considera:

Venta de Artesanía, Muestras Gastronómicas, Venta de hierbas Medicinales y Caminatas Guiadas.

Se propiciara un crecimiento del negocio a través de la generación de sinergias con otros emprendimientos turísticos de la zona y con una valoración de la innovación.

### 5.2. Estrategia de fortalecimiento cultural

Considerando que la diferenciación del complejo Anticura tiene como eje central la identidad Mapuche Huilliche, la comunidad plantea implementar las siguientes acciones:

- Las personas que trabajen en la recepción usaran vestimenta típica de la cultura
- Se instalaran señalética en dialecto chesungun en distintos puntos del complejo
- Organización de diversos eventos culturales
- Con el objeto de apoyar el fortalecimiento, integración y mayor coordinación de la comunidades Mapuche Huilliche de la Comuna de Puyehue (Mawidanche, Calfuco, Pulelfu, Futa Mapu, Nielay Mapu y la asociación indígena Lonco Mapu), se propiciará la firma de un convenio con las comunidades que trabajan en turismo a fin de lograr una alianza comercial con el objeto de fortalecer la gestión en materias tales como difusión, entrega de material impreso, intercambio de turistas
- Se ofrecerá a las comunidades de Puyehue y otras de la Provincia de Osorno la posibilidad de organizar eventos de capacitación, y de encuentro a un bajo costo

## 6. IMPLEMENTACIÓN O EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN

### 6.1. Estructura Organizacional:

Considera la siguiente dotación:

- a. Administrador
- b. Encargado de Cabañas
- c. Encargado de Cocina
- d. Garzón
- e. Asesoría Profesional a tiempo parcial: 3 profesionales indígenas - Magíster en Administración de Empresas, Técnico Agrícola, Contador
- f. Personas Extras a honorarios, para funciones específicas



## 6.2. Relación entre la Comunidad Indígena Ñielay Mapu y CONAF

Durante los dos primeros años estuvo en vigencia un convenio privado, a título gratuito, entre la comunidad y CONAF. Actualmente se está discutiendo y concordando los términos contractuales que permitan su continuidad en beneficio de la comunidad y los objetivos de conservación del Parque Nacional Puyehue.

## PROYECTO DE ECOTURISMO Y ETNOTURISMO EN SANTA ELVIRA Y LAS PARRAS. PN PUYEHUE. COMUNIDADES INDÍGENAS CALFUCO Y MAWIDAN-CHE

### 1. LOCALIDADES DE SANTA ELVIRA Y LAS PARRAS – LAGO PARAÍSO - PN PUYEHUE

Santa Elvira y Las Parras son localidades colindantes con el sector sur-poniente del Parque Nacional Puyehue, distante a unos 65 kilómetros de la ciudad de Osorno. La zona presenta recursos naturales de gran atractivo, como lagunas, cascadas,



frondosos bosques y abundante flora y avifauna. El lugar tiene como uno de sus principales atractivos el lago Paraíso, ubicado dentro del Parque Nacional y cuyas características escénicas le otorgan con propiedad este nombre. También se encuentran vistas panorámicas al volcán Puntiagudo y a los majestuosos lagos Puyehue, Rupanco y Todos Los Santos.

### 2. LAS COMUNIDADES INDÍGENAS CALFUCO (EN CASTELLANO AGUAS AZULES) Y MAWIDAN-CHE (GENTE DE LA CORDILLERA)

Colindante al Parque Nacional Puyehue en su límite oeste denominado Las Parras, habita la comunidad indígena Mapuche Huilliche de Calfuco y en el cercano sector de Santa Elvira habita la comunidad indígena Mawidan-che. Todo ello en un área de influencia de unas 4.000 ha.

Estas comunidades desarrollaban actividades agrícolas tradicionales, muchas de ellas con impacto significativo sobre el Parque Nacional vecino. La explotación maderera del bosque, la deforestación para sembradíos y la introducción de ganado eran labores frecuentes. Las acciones de protección del Parque Nacional generaban una relación de conflicto de difícil solución.

### 3. ACERCA DE LA INICIATIVA

Desde el año 2004 la Corporación Nacional Forestal (CONAF) ha apoyado el desarrollo de éstas Comunidades Indígenas a través del financiamiento de iniciativas que promueven el manejo sustentable del bosque nativo y el fortalecimiento de actividades eco-etnoturísticas, actividades que han permitido desarrollar un proceso de ordenamiento y gestión territorial por parte de las comunidades indígenas con la participación de entidades públicas y privadas como Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA), Corporación Nacional de Desarrollo Indígena CONADI, la Municipalidad (Ayuntamiento) de Puyehue y el Consejo Consultivo del Parque Na-

cional Puyehue, lo que ha permitido un mejoramiento de su calidad de vida, y una mayor participación social de las Comunidades y sus dirigentes y un mejoramiento de la interacción con el Parque Nacional.

CONAF, a través de estos años ha destinado un monto cercano a los 40.000 euros, con los cuales se han desarrollado diversas actividades como formulación de planes de manejo sustentables y asistencia técnica en la intervención de bosque nativo en las propiedades comunitarias, talleres de educación ambiental, formación de guías locales para actividades ecoturísticas, talleres de capacitación artesanal y fortalecimiento cultural, construcción de sendero turísticos, edición de material de difusión, realización de giras tecnológicas y se han creado redes de trabajo con otros organismos gubernamentales que han contribuido económica y técnicamente para dar continuidad a estas iniciativas.

#### 4. AVANCES DE LA INICIATIVA

Las comunidades han construido 6 kilómetros de senderos turísticos dentro de sus territorios en Santa Elvira y Las Parras. Se espera construir otros 12 km al interior del Parque Nacional Puyehue, conectando con el tramo que da acceso a la Laguna Paraíso por el sector oriente del Parque. En definitiva se espera integrar el circuito completo de 50 km que forma parte del proyecto Sendero de Chile en la zona, posibilitando a las comunidades acceder a la demanda turística ligada a esta iniciativa

El tramo es de uso peatonal y se cataloga como de mediano a alto esfuerzo (selectivo), puesto que transcurre por terrenos montañosos (suelo descubierto), con pendientes fuertes (30°) en algunos sectores.

Entre la infraestructura existente se puede mencionar pasarelas peatonales, puentes, escalinatas y pasamanos, miradores y sitios de acampar.

#### 5. PROYECCIONES

Se ha planteado como objetivo general promover y difundir los servicios turísticos que ofrecen las comunidades indígenas vinculadas con el Proyecto Sendero de Chile de la comuna de Puyehue, a través del desarrollo sustentable, la protección y conservación del patrimonio ambiental y cultural.

Como objetivos específicos se han formulados los siguientes:

- a. Diseñar y poner en marcha un plan de negocios de los servicios turísticos ofrecidos por las comunidades Calfuco y Maridan-che, que permita definir productos, precios y mercado.
- b. Fortalecer las capacidades de miembros de las comunidades como guías de montaña, para operar en los senderos de Antillanca a Anticura (50 km de senderos cordilleranos).
- c. Instalar señalética interpretativa de flora en los primeros kilómetros del sendero.



- d. Reforzar la infraestructura de servicios turísticos en el área, especialmente un refugio cordillerano y botes para la laguna Paraíso.
- e. Fortalecer la capacidad de gestión de las comunidades, mediante capacitación en contabilidad, informática básica y administración.
- f. Diseñar y ejecutar un programa de educación ambiental teórico-práctico para los alumnos de las escuelas de Santa Elvira y de la cercana localidad de Entre Lagos.
- g. Difusión del trabajo de eco-etnoturismo sustentable desarrollado por las comunidades Calfuco y Maridan-che.

# Caso de sitio: ECOTURISMO EN PARQUES NACIONALES NATURALES DE COLOMBIA, ALIADOS DE LA CONSERVACIÓN

Clara Rocío Burgos Valencia  
Profesional, Área de Sostenibilidad y Servicios Ambientales -Ecoturismo  
Parques Nacionales Naturales de Colombia  
Colombia

## 1. ECOTURISMO EN COLOMBIA, DESARROLLO NORMATIVO E IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA

Para el país, el ecoturismo nace desde las dimensiones mismas del uso público. Las áreas del Sistema de Parques Nacionales son consideradas áreas de acceso abierto, que funcionan y son conservadas a través de normatividad que le permite al estado administrarlas, permitiendo en ellas actividades de la sociedad civil, como la investigación, la recreación y el esparcimiento entre otras, y sin embargo desarrollar en ellas acciones policivas y sancionatorias.

La carta magna<sup>1</sup> de Colombia Introduce el concepto de desarrollo sostenible al consagrar la obligación del Estado de "planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales" y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro (art. 80).

El Decreto Ley 622 de 1977, que contiene los reglamentos generales aplicables al conjunto de las áreas protegidas nacionales de Colombia establece entre las funciones de Parques proveer recreación, según los planes de manejo, a través del ecoturismo, herramienta de conservación en el marco de la enseñanza y el aprendizaje.

Aparece igual como soporte de manejo la Ley 99 de 1993, por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.



<sup>1</sup> Constitución Política de Colombia, 1991.



En esta norma se definen los Principios Generales Ambientales<sup>2</sup>, definiendo estos en:

1. El proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de junio de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo.
2. La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible.
3. Las políticas de población tendrán en cuenta el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.
4. Las zonas de páramos, subpáramos, los nacimientos de agua y las zonas de recarga de acuíferos serán objeto de protección especial.
5. En la utilización de los recursos hídricos, el consumo humano tendrá prioridad sobre cualquier otro uso.
6. La formulación de las políticas ambientales tendrá en cuenta el resultado del proceso de investigación científica. No obstante, las autoridades ambientales y los particulares darán aplicación al principio de precaución conforme al cual, cuando exista peligro de daño grave e irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.
7. El Estado fomentará la incorporación de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos para la prevención, corrección y restauración del deterioro ambiental y para la conservación de los recursos naturales renovables.
8. El paisaje por ser patrimonio común deberá ser protegido.
9. La prevención de desastres será materia de interés colectivo y las medidas tomadas para evitar o mitigar los efectos de su ocurrencia serán de obligatorio cumplimiento.
10. La acción para la protección y recuperación ambientales del país es una tarea conjunta y coordinada entre el Estado, la comunidad, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado. El Estado apoyará e incentivará la conformación de organismos no gubernamentales para la protección ambiental y podrá delegar en ellos algunas de sus funciones.
11. Los estudios de impacto ambiental serán el instrumento básico para la toma de decisiones respecto a la construcción de obras y actividades que afecten significativamente el medio ambiente natural o artificial.
12. El manejo ambiental del país, conforme a la Constitución Nacional, será descentralizado, democrático y participativo.
13. Para el manejo ambiental del país, se establece un Sistema Nacional Ambiental, SINA, cuyos componentes y su interrelación definen los mecanismos de actuación del Estado y la sociedad civil.
14. Las instituciones ambientales del Estado se estructurarán teniendo como base criterios de manejo integral del medio ambiente y su interrelación con los procesos de planificación económica, social y física.

Esta igualmente dio pie al inicio del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, como autoridad de Gobierno en el tema.

<sup>2</sup> Ley 99 de 1993.

Para el año de 1996 en el marco de un ejercicio técnico entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (en ese entonces Ministerio de Desarrollo Económico) y el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (en ese entonces Ministerio de Medio Ambiente) se inició el proceso de construcción de una ley que permitiera la definición de varios temas frente al turismo en Colombia. Uno de esos temas consignados fue la definición de Ecoturismo para el país, definición que aún ahora permite la realización de acciones entorno al tema. Esta definición ha sido la base de trabajo en torno al ecoturismo.

Artículo 26: "El ecoturismo es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza. El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y a las comunidades aledañas."<sup>3</sup>

Ahora bien. Esta ley le dio al país la posibilidad de desarrollar una forma de turismo encaminada a compartir lo estricto de sus principios, en búsqueda de la sostenibilidad. Es así como, luego de 8 años de puesta en marcha la Ley 300, nace la Política para el Desarrollo del Ecoturismo, política que propende por un desarrollo sostenible del ecoturismo en un marco de responsabilidad social e impulsando una oferta competitiva (de calidad) de los servicios.

Esta política define unos principios y unas líneas estratégicas que desglosan en detalle los lineamientos para que las regiones y localidades propendan por un desarrollo ecoturístico ordenado que genere beneficios para las comunidades y para los empresarios, con mínimos impactos sobre el entorno y sobre la cultura local.

La primera de ellas – ordenamiento y planificación de las áreas – sienta las bases para que todas las zonas públicas o privadas destinadas a desarrollo ecoturístico tengan en cuenta las disposiciones en materia de uso de suelos y planes turísticos y/o ambientales vigentes en la jurisdicción. Mediante diversas herramientas ya conocidas se establecen unos requerimientos mínimos para emprender el desarrollo de un destino ecoturístico.

La siguiente estrategia establece unas recomendaciones prácticas para la obtención de una infraestructura y planta turística adecuadas y hace un listado de las actividades asociadas al ecoturismo.

La tercera estrategia – establecimiento de programas de monitoreo y aplicación de correctivos para los impactos negativos – se detiene en las medidas aplicables para minimizar impactos sobre el suelo, sobre los recursos hídricos, sobre la vegetación, sobre la fauna silvestre, sobre el paisaje y sobre aspectos sanitarios.

La siguiente estrategia – determinación de las responsabilidades de los actores regionales y locales – busca que los custodios, los operadores, los promotores, los empresarios prestadores de servicios, la comunidad local, el ecoturista y otras

<sup>3</sup> Ley general de Turismo. Ley 300 de 1996.





instancias asuman actuaciones claras para la aplicación de los principios de esta política.

La estrategia que se refiere a la formación, capacitación y sensibilización de los actores regionales y locales destaca la trascendencia de este elemento como mecanismo de lograr la competitividad y la sustentabilidad de los procesos.

Las tres estrategias siguientes - investigación de mercados y diseño de producto; desarrollo de estándares de calidad; promoción y comercialización de los servicios - cierran el círculo de los elementos técnicos que un destino ecoturístico debe aplicar para ser eficiente, llegar a los segmentos del mercado que le interesan y producir satisfacción en los usuarios de sus servicios.

Los ejes transversales de la política, finalmente, establecen los mecanismos de apoyo - financiación, incentivos a la inversión, asistencia técnica - a los empresarios y a los destinos ecoturísticos para que puedan lograr el objetivo de ser sustentables y competitivos.

Y finalmente como viabilizador de esta política aparece el Comité Interinstitucional Nacional de Ecoturismo de Colombia, comité que tiene como misión Impulsar, evaluar y articular la implementación de planes, programas y proyectos para fortalecer el Ecoturismo en el País, desarrollados en el marco de la Política para el Desarrollo del Ecoturismo y ser órgano de consulta y definición de lineamientos para los asuntos que el sector estime oportuno someter a su consideración.

A este comité pertenecen

- Sector Público:
  - Ministerio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial
  - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
  - Ministerio de Cultura
  - Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales de Colombia
  - Departamento Nacional de Planeación. DNP
  - Servicio Nacional de Aprendizaje. SENA
  - Instituto Alexander Von Humboldt
- Sector Privado:
  - ANATO
  - COTELCO
- Organizaciones no Gubernamentales:
  - Red de Turismo Sostenible
  - Red de Reservas de la Sociedad Civil
  - Asociación de Corporaciones Autónomas Regionales, ASOCARS
  - Federación Colombiana de Eco Parques , Ecoturismo y Turismo de Aventura - FEDEC
  - Proexport
- Sector Académico:
  - Universidad Externado de Colombia

## 2. PARQUES NACIONALES NATURALES DE COLOMBIA

La Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Nacionales Naturales, es un organismo del sector central de la administración que forma parte de la estructura orgánica del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, con autonomía administrativa y financiera, encargada del manejo y administración del Sistema de Parques Nacionales Naturales y de la coordinación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas - SINAP.

Colombia tiene 114'748.800 hectáreas de extensión en la actualidad, cubriendo 11% en áreas protegidas estrictas, dentro del Sistema de parques Nacionales Naturales, hoy conformado con un total de 53 áreas.

Para el Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia el Ecoturismo es una herramienta básica para fortalecer el Sistema, generando recursos financieros a través de las concesiones, la venta de servicios y tarifas, permitiendo su redistribución en áreas del sistema.

Así mismo, involucra a las comunidades de las zonas en la planificación y desarrollo de actividades ecoturísticas, asegurando su participación en los beneficios generados. Se ofrecen actividades educativas y recreativas en general al público para aumentar el nivel de conciencia en el patrimonio cultural y natural del país, obteniendo: Un Beneficio Social, logrando la concienciación de los visitantes con respecto a la preservación y conservación de los recursos naturales. De igual manera Un Beneficio Económico que cristaliza en los recursos generados por ingresos de servicios.

Teniendo en cuenta que los Parques Nacionales Naturales están inmersos en un mercado variado de productos, tiene una oferta muy particular, una demanda especializada y un gran porcentaje por capturar. Es un turismo realizado por personas con inquietudes respecto al medio ambiente y que a su vez genera futuros visitantes, cuyos resultados ayudan a que la educación ambiental y la conservación se convierta en una actividad continua que promueva la riqueza del país.

Datos específicos:

- Número de áreas declarad: 53
- De 53 áreas protegidas, 39 áreas (63%) abiertas y 18 con infraestructura para ecoturismo
- Estas 39 cuentan con un producto ecoturístico para ofrecer (atractivo natural especial; estructuras de apoyo, infraestructura (por diversas vías de acceso y una superestructura de apoyo) para ecoturismo
- Por ser áreas protegidas cuentan con atractivos naturales especiales inmersos en diferentes tipos de ecosistemas, variedad de fauna, flora y gea
- Entre alojamientos como cabañas, módulos para visitantes, hamacas, camping, habitaciones, entre otras formas de alojamiento, las estructuras de alojamiento tienen capacidad instalada para 1.777 visitantes /día
- No sobra mencionar que al interior de las Áreas Protegidas existe un alto valor cultural por encontrarsen allí comunidades afrodescendientes, campesinas e indígenas



### 3. PROGRAMA DE ECOTURISMO

El objetivo de este programa es fortalecer y diversificar el ecoturismo en áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia, para mejorar su competitividad, las condiciones de vida de las comunidades locales y las regiones y la sostenibilidad financiera de Parques, conservando los recursos naturales.

Este programa incluye las siguientes estrategias:

1. Implementación de la Política Nacional para el Desarrollo del Ecoturismo
2. Acuerdos de Trabajo Regionales, alrededor de las áreas protegidas con mayor vocación ecoturística, con la participación de actores regionales y locales
3. Concesión de servicios ecoturísticos a través de operadores privados
4. Esquemas de ecoturismo comunitario, que involucran a las comunidades locales como operadores de servicios y actividades ecoturísticas
5. Promoción y divulgación de la misión de Parques y de las áreas con potencial ecoturístico
6. Ordenamiento y seguimiento del desarrollo de la actividad por parte de cada una de los Parques Nacionales Naturales de Colombia, para minimizar los impactos ambientales que se pueden ocasionar sobre los recursos naturales

Este programa ha permitido el aumento de la calidad del servicio, el aumento significativo del número de visitantes a los Parques Nacionales Naturales de Colombia (35% en el 2006, en relación con el año 2005), el incremento de recursos económicos para las comunidades locales y Parques, la mayor apropiación de éstas áreas por parte de los colombianos, y su mayor conocimiento por parte de turistas extranjeros. Es importante sin embargo, trabajar en el fortalecimiento de las organizaciones comunitarias para que estos procesos sean sostenibles y no dependan del apoyo permanente de las instituciones involucradas

1. Implementación de la Política Nacional para el Desarrollo del Ecoturismo.  
Se realiza a través del Comité Nacional Interinstitucional conformado por representantes con competencia en el tema de los sectores público y privado, la academia y las organizaciones no gubernamentales. En el marco de este comité se desarrollan acciones estratégicas de fortalecimiento y reconocimiento de esta forma especializada de turismo, al interior del país, y se crean instrumentos de trabajo que permiten su puesta en marcha.
2. Planes Regionales de Trabajo en Ecoturismo. Su objetivo es establecer alianzas de trabajo que permitan la sostenibilidad de los productos ecoturísticos de responsabilidad de las instituciones públicas y privadas, en el marco de los lineamientos del ecoturismo, como herramienta de competitividad, desarrollo económico y social, y la protección de los recursos naturales y el medio ambiente de las regiones.
3. Programas de Ecoturismo Comunitario. Este programa desarrolla dos objetivos fundamentales en el marco del ecoturismo con comunidades.
  - a. Alianza de Parques con organizaciones comunitarias para su fortalecimiento organizacional y la prestación de servicios y actividades ecoturísticas en Áreas Protegidas Nacionales con potencial ecoturístico, dentro del marco de la reglamentación de la actividad ecoturística y los planes de manejo de las áreas protegidas, buscando principalmente el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y la conservación de los recursos naturales. En

estos programas se mejora la infraestructura, se desarrollan programas de capacitación y promoción, y se apoya en la elaboración e implementación de planes de negocios.

Aspectos puntuales de trabajo:

- Ordenamiento de actividades ecoturísticas
- Conservación y preservación del entorno por apropiación
- Fortalecimiento a servicios ecoturísticos
- Reconocimiento de valores socioculturales
- Capacitación
- Construcción de empresa

b. Fortalecimiento ecoturismo en áreas.

Su objetivo se enmarca en el trabajo de la Unidad con organizaciones comunitarias para la prestación de servicios ecoturísticos en áreas del SPNN. (Convenios o Contratos de Asociación)

¿Que y cómo se trabaja con las comunidades?

- Servicios de recaudo de valor de ingreso en los puntos definidos para cada área
- Prestar el servicio de alojamiento en las estructuras definidas y de propiedad o comodato de la Unidad
- Prestar los servicios de alimentos y bebidas al interior del PNN
- Montaje y venta de productos institucionales y artesanales autorizados por la Unidad
- La prestación del servicio de interpretación y/o guianza, al interior del AP

c. Cómo logramos este ejercicio.

- Mesas de concertación y construcción colectiva
- Acuerdos de asociación (en caso de no existir)
- Definición de servicios que pueden ser involucrados
- Acuerdos internos
- Socialización
- Firma de acuerdo (Contrato de prestación de servicios ecoturísticos comunitarios)
- Puesta en marcha y seguimiento



d. Otros Resultados que se esperan.

- Coordinación para la participación de los actores regionales y aunar esfuerzos para el cumplimiento de la misión de conservación de la Unidad
- Fortalecer el ecoturismo en el marco de sus principios, en el AP
- Fortalecimiento de la comunidad prestadora de los servicios para la atención a visitantes, con proyección comunitaria de buena calidad
- Implementar programas de sensibilización a visitantes del Parque y generar beneficios económicos a la comunidad
- Mejorar la sostenibilidad financiera de la Unidad
- Puesta en marcha de un plan de trabajo anual, evaluado periódicamente, para establecer los resultados obtenidos y los ajustes que se requieren, a través de un Comité de Seguimiento entre las partes

4. Ordenamiento y reglamentación actividades ecoturísticas. Para prevenir y minimizar los impactos ambientales sobre los recursos naturales se establece acciones para el ordenamiento y manejo de las actividades ecoturísticas que incluye elaboración ó actualización de estudios de capacidad de carga, establecimiento de permisos con sus obligaciones para los operadores, programas de sensibilización y educación para los visitantes, desarrollados por el personal de Parques o de las comunidades.

En ese sentido se han desarrollado diferentes estrategias que son fuente técnica de trabajo en el ordenamiento:

- Apoyo a las Direcciones Territoriales en la planificación del ecoturismo, articulado a los procesos del plan de manejo y SIRAP en las áreas del Sistema de Parques, bajo el esquema puntual del POE.
  - Zonificación
  - Capacidad de carga y Límites Aceptables de Cambio
- Realizar el seguimiento técnico de los proyectos y actividades ecoturísticas a través de instrumentos de evaluación y monitoreo.
- Definir los criterios de calidad en la prestación de servicios ecoturísticos en las Áreas del Sistema de Parques nacionales.
  - Normas técnicas de Calidad - Colombia

5. Concesiones de servicios ecoturísticos. Vinculación de operadores privados con amplia experiencia en la prestación de servicios turísticos y/o ecoturísticos y buena capacidad financiera para invertir en el mejoramiento de la infraestructura existente, propiedad de Parques, su dotación, y la prestación de los servicios ecoturísticos (incluye alojamiento, alimentos y bebidas, recaudo de tarifas de ingreso, uso regulado de senderos, algunas actividades ecoturísticas como el buceo y montañismo, y la ecotienda) por un plazo de diez años. Esta estrategia se ha implementado en las áreas protegidas nacionales donde se presenta el mayor número de visitantes y se cuenta con gran infraestructura de servicios, y Parques no cuenta con recursos financieros para su mejoramiento y operación para un servicio eficiente y de excelente calidad, manteniendo su jurisdicción como autoridad ambiental y estableciendo como obligación la vinculación del personal de la región. Su objetivo es contar con aliados que apoyen el ejercicio de conservación al interior de las Áreas de Parques Nacionales, a través del ecoturismo; más este tema no involucra de ninguna manera la autoridad ambiental que sigue siendo de Parques Nacionales.

### Resumen ejecutivo del proceso:

Entre los motivos para generar el desarrollo de estas concesiones encuentran:

1. Los Insuficientes recursos de inversión y funcionamiento
  - Limitados recursos para el ecoturismo
  - Presupuesto de inversión, depende de recursos propios
2. Ineficiencia del esquema actual de operación.
  - Asignación ineficiente funcionarios
  - Ingresos para contratistas
  - Falta planeación a mediano plazo y visión integral del servicio

Características puntuales

- No hay transferencia de propiedad
- Se mantiene jurisdicción de la Unidad de Parques
- Plazos limitados y áreas específicas
- Asignación clara de riesgos y responsabilidades
- Tarifas de acceso controladas
- Garantías para el ecoturismo social
- Reversión de bienes afectos a la concesión
- Esquema flexible de remuneración al Estado

¿Qué se concesiona?

El derecho a la prestación, por diez años, de servicios ecoturísticos, que incluye:

- Alojamiento
- Alimentos y bebidas
- Recaudo de tarifas de ingreso
- Estructuras de servicio
- Ecotienda<sup>4</sup>
- Prestación de servicios a visitantes
- Otras actividades ecoturísticas

Alcance de las concesiones:

- Servicio de primera calidad, de forma permanente, con personal capacitado y experimentado
- Cupo de alojamiento para actividades requeridas por la Unidad y descuento en las tarifas por alimentación
- Numero de noches cama anuales para programas de turismo social
- Descuento en tarifas de alojamiento y alimentación para funcionarios y parientes en primer grado de consanguinidad
- Remuneración anual. Mayor valor entre:
  - Suma fija después de impuestos, según Parque.
  - % de los Ingresos Brutos.

<sup>4</sup> Tienda de los Parques, que vende elementos institucionales y artesanales, desarrollados por las diferentes comunidades asentadas en las zonas de amortiguación y dentro de las Áreas Protegidas.



- Prioridad en adquisición de artesanías y productos agrícolas de las comunidades circundantes al Parque
- Sensibilización sobre la importancia de las áreas protegidas, la protección de la flora y la fauna y el componente histórico y cultural de la región
- Contratar mano de obra, servicio de intérpretes ambientales y otros con los miembros de las comunidades de la zona
- Presentar a la UNIDAD los siguientes programas: Mantenimiento preventivo y correctivo, Plan de Operaciones y Seguridad, Plan de manejo ambiental, Plan de emergencia y Programa de higiene y seguridad industrial
- Adecuaciones, remodelaciones y construcciones de infraestructura
- Informes mensuales de ingresos, reportes contables, estadísticos y demás, en medio magnéticos e impreso, dentro de los siguientes cinco días hábiles a la terminación de cada mes
- Garantías: Pólizas de: garantía de cumplimiento del contrato; Responsabilidad civil extracontractual; Calidad de bienes; Estabilidad de obras; Pago de salarios; Prestaciones sociales e indemnizaciones al personal; Todo riesgo

Concesiones de servicios ecoturísticos, otorgadas a la fecha<sup>5</sup>:

- PNN AMACAYACU: Alianza Aviatur – Decamerón- Cielos Abiertos
- PNN TAYRONA: Alianza Cámara de Comercio de Santa Marta – Aviatur – Alnuva
- PNN GORGONA: Alianza AvianCaribbean – Aviatur – Fundación Malpelo
- PNN NEVADOS: Alianza IfiCaldas -IfiManizales – Aviatur – Comfamiliares Caldas– Sociedad Hotelera de Caldas
- SFF OTÚN QUIMBAYA: Alianza Gobernación Risaralda - Alcaldía Pereira (Agua y Aguas) - Comfamiliares Risaralda- Aviatur

#### 4. LECCIONES APRENDIDAS

- a. Establecer respaldo político al proceso (Documentos de Política y reglamentación).
- b. Sustentar la estructuración técnica, financiera y jurídica de la concesión.
- c. Socializar y divulgar al interior de la institución y a nivel actores regionales y locales el proceso y avances.
- d. Fortalecer la participación de las comunidades locales en los servicios ecoturísticos.
- e. Establecer adecuado esquema de seguimiento por parte de la Autoridad
- f. Impulsar las alianzas de operadores nacionales y locales y representantes de los gobiernos locales como concesionarios.
- g. Apoyar la implementación de las acciones del concesionario en el marco de la normatividad de la autoridad ambiental.
- h. Promoción y Divulgación. Incluye acciones como el establecimiento de la Tienda de Parques, cuyo objetivo es divulgar la misión de Parques y el ecoturismo en las áreas protegidas a través de la venta de artesanías de las zonas de amortiguación de las Áreas Protegidas de Colombia, libros y artículos institucionales, que llevan consigo la imagen de ecosistemas, fauna, flora y gea inmersa en los parques.

<sup>5</sup> Noviembre de 2007 y sin ninguna proyección.

Esta tienda incluye el programa de la Tienda de Parques itinerante, y que se ubica en los principales centros comerciales del País; boletines virtuales de ecoturismo, plegables y guías ecoturísticas; el CD Colombia un País para el Ecoturismo, promoción en aeropuertos y en la Terminal de Transporte de Bogotá; la edición del Libro de Parques, Guías Temáticas de los valores naturales y la participación en ferias y eventos nacionales e internacionales.

### Resultados a la fecha

A continuación se presentan los principales resultados obtenidos:

- En el año 2006, comparado con el inmediatamente anterior, hubo un aumento en el número de visitantes en las áreas de Parques Nacionales Naturales de Colombia con vocación ecoturísticas del 35%.
- A la fecha se han otorgado 5 concesiones de servicios ecoturísticos en los Parques Nacionales Naturales Amacayacu, Tayrona, Gorgona y Nevados, y en el Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya, avanzando en los tres últimos en la participación de actores regionales al involucrarlos en las alianzas establecidas.
- La estrategia de concesión de los servicios ecoturísticos se inició en los Parques Nacionales Naturales Amacayacu, localizado en la Amazonía, y Tayrona, localizado en la región Caribe. La concesión de servicios ecoturísticos se inició en el primer parque en Junio de 2005, y el aumento del número de visitantes en este año comparado con el 2004 fue del 65%, y en el 2006 comparado con el 2005 fue del 17%. En Tayrona la concesión se inició en octubre de 2005 y comparando el número de visitantes en el 2006 con los del 2005 se obtuvo un incremento del 75%.
- Se resalta la amplia participación de las comunidades locales en la vinculación de la mano de obra en la prestación del servicio y de actividades ecoturísticas, y la vinculación de organizaciones comunitarias prestadoras de actividades ecoturísticas, que venían desarrollando actividades desde antes de la concesión, en los procesos de concesión de servicios ecoturísticos, así como el incremento de ingresos por actividades que desarrollan las comunidades en área de influencia de los Parques. Para el caso del parque Amacayacu, en 107 días de monitoreo realizado a finales de 2006 las comunidades indígenas obtuvieron ingresos por US \$ 25.000 por actividades ecoturísticas que ellos realizaron a través de planes ofrecidos desde el Parque. También se reconoce los altos estándares de calidad en los servicios ecoturístico ofrecidos.
- Se han establecido dos Programas Regionales de Trabajo en el País: En la Región Caribe, donde se encuentra 8 Áreas Protegidas Nacionales; y en el Departamento del Cauca, donde se encuentran 6 áreas Protegidas Nacionales; en ellas se han establecido planes de trabajo concertado para el fortalecimiento del ecoturismo, articulando los programas de las diferentes instituciones regionales vinculadas de manera directa o indirecta en la actividad turística.
- Se elaboró con comunidades prestadoras de servicios ecoturísticos y se concertó con instituciones públicas y privadas los lineamientos de Política para el Ecoturismo comunitario en Colombia, que busca fomentar la activa participación de las comunidades en la gestión de los destinos con vocación ecoturística y servir como herramienta a actores ambientales y turísticos del país que con





diferente alcance y escala laboran en el tema, con el fin de fomentar la activa participación comunitaria en ecoturismo.

- Se han elaborado materiales divulgativos, con énfasis en los valores naturales de las áreas protegidas, para sensibilizar a los visitantes de las áreas protegidas, e igualmente se han capacitado a las comunidades para que sean aliados en las actividades de divulgación y sensibilización.

### Conclusiones

- Es importante que el programa para el fortalecimiento del ecoturismo se involucren otras instituciones nacionales y regionales, y no solo sea una labor de la institución encargada de la administración de las áreas protegidas.
- El esquema de trabajo para la prestación de los servicios ecoturísticos depende de cada área, de la capacidad financiera de la institución encargada de su administración, de la organización de las comunidades potenciales prestadoras de los servicios ecoturísticos, y del apoyo político de gobierno mediante la adopción de políticas y estrategias de largo plazo para su implementación.
- Para la implementación de la estrategia de ecoturismo comunitario el principal obstáculo es la debilidad organizacional de las comunidades, por lo cual es necesario desarrollar un trabajo paralelo de fortalecimiento, tanto empresarial, de trabajo comunitario y de competencias laborales
- En la prestación de los servicios y actividades ecoturísticas se debe involucrar la participación de operadores privados u organizaciones comunitarias, y el personal de Parques se deben dedicar a sus funciones de protección y conservación de los recursos naturales, de educación e investigación, y de sensibilización a los visitantes.

### Recomendaciones

- Para el desarrollo de un Programa de Fortalecimiento Ecoturístico se deben establecer políticas gubernamentales concertadas, y garantizar su implementación a través de la participación de representantes de los sectores públicos, privados, académico y ONGs.
- Antes de iniciar un programa de fortalecimiento ecoturístico alrededor de un área protegida, se debe ordenar el área y reglamentar las actividades ecoturísticas, tener un plan de trabajo que debe ser revisado periódicamente de acuerdo con los resultados, tanto en relación con la protección de los recursos naturales, los beneficios para las comunidades y la región, y la competitividad.
- Se debe establecer un programa de monitoreo de los resultados en calidad del servicio, impactos ambientales, beneficios para las comunidades locales, principalmente, realizado por la institución administradora de las áreas protegidas pero con amplia participación de las comunidades, y hacer su evaluación periódica para tomar las acciones de mejoramiento correspondientes.
- Es fundamental fortalecer las organizaciones comunitarias como prestadoras de servicios ecoturísticos, principalmente en el aspecto organizacional para que haya sostenibilidad de los programas.

## BIBLIOGRAFÍA

Departamento Nacional de Planeación. 2004. CONPES 3296. Lineamientos de Participación Privada en los Servicios Ecoturísticos en Parques Nacionales Naturales de Colombia.

Ministerios de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y de Comercio, Industria y Turismo. 2004. Política Nacional para el Desarrollo del Ecoturismo.

Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y Parques Nacionales Naturales de Colombia. Lineamientos de Ecoturismo comunitario en Colombia.


[www.parquesnacionalesnaturales.gov.co/ecoturismo](http://www.parquesnacionalesnaturales.gov.co/ecoturismo). Boletines virtuales de ecoturismo.



*Los aliados en la conservación somos todos si reconocemos los valores naturales y sociales que tenemos al interior de cada uno de nuestros países y trabajamos en torno a un beneficio en común.*







Caso de sitio:

# AVANCES Y RETOS PARA LA PARTICIPACIÓN LOCAL EN TURISMO DENTRO DE LAS ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS: CASO RESERVA NACIONAL PACAYA SAMIRIA

Federico Murrugarra Villanueva

Especialista en turismo dentro de Áreas Naturales Protegidas. Instituto Nacional de Recursos Naturales  
Perú

## 1. LAS ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS Y EL TURISMO EN EL PERÚ

El INRENA es la autoridad pública en el Perú encargada de realizar y promover las acciones necesarias para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables, la conservación de la diversidad biológica silvestre y la gestión sostenible del medio ambiente rural, mediante un enfoque de ordenamiento territorial por cuencas y su gestión integrada; estableciendo alianzas estratégicas con el conjunto de actores sociales y económicos involucrados.

Dentro del INRENA, la Intendencia de Áreas Naturales Protegidas (ANP) es la encargada de la administración del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas del Perú (SINANPE). A la fecha el SINANPE cuenta con 62 ANP.

Por otro lado, el “Paisaje natural” es considerado por la Ley Orgánica para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales (Ley 26821) como un recurso natural, por lo tanto el INRENA debe regular la actividad turística dentro de las ANP, en sus diferentes modalidades.

### **Estadísticas de visitantes.**

El SINANPE viene recibiendo desde el año 2004 alrededor de medio millón de visitantes anualmente, controlados en 17 ANP en que se lleva el control estadístico de sus visitantes (incluyendo al Santuario Histórico de Machupicchu). Sin embargo dentro de esta cifra se considera tanto a visitantes recreativos como a turistas (nacionales y extranjeros), constituyendo los primeros el 74% del total de visitantes.

El 80% de visitantes extranjeros se concentra fundamentalmente en 4 ANP dentro de las cuales se encuentra la Reserva Nacional Pacaya Samiria con un promedio de 1,000 turistas extranjeros anualmente. Hasta el año 2006 Pacaya Samiria tenía una tarifa única de ingreso al ANP (alrededor de US\$ 30 dólares hasta por siete días), lo cual no incentivaba vistas cortas o de tipo “full day”. A finales del 2006 se modifican las tarifas de la Reserva generándose hasta 5 tipos de tarifas que van desde los



US\$1.50 hasta US\$37.50 dólares. Dicha modificación de tarifas ha generado un aumento en el flujo de visitantes, habiéndose registrado hasta junio del 2006 casi 900 visitantes, esperándose que a finales de año se sobrepase el promedio anual. Sin embargo aun falta estudiar cual de las tarifas y segmento de visitantes es el que crecerá en mayor intensidad.

### Lineamientos de turismo en ANP

En el Plan Director de las ANP (Estrategia Nacional de Conservación en ANP) la actividad turística se entiende como:

*“...una de las actividades de uso público, que proporciona oportunidades para la recreación, el esparcimiento al aire libre y el disfrute de los valores naturales y culturales del ANP.*

*El turismo en las ANP no constituye un fin en sí mismo, sino un medio para alcanzar los objetivos primarios de conservación, recreación y educación, dentro de aquellas ANP que así lo establezcan y para promover el desarrollo sostenible de las poblaciones locales que en ellas habitan.*

*El turismo debe propender a brindar beneficios económicos a las áreas protegidas, a las poblaciones locales del entorno del área y a otros grupos interesados relacionados con la actividad turística o el ANP, así como proporcionar oportunidades de conocimiento e interacción entre los seres humanos y su ambiente, fortaleciendo el interés por la conservación de los valores naturales y culturales.*

*Al igual que cualquier actividad económica, el turismo también genera impactos ambientales y sociales, que pueden afectar las bases de recursos y sociales que garantizan su sostenibilidad”.*

Entendido el turismo como una actividad que puede ser una herramienta para la conservación y gestión de las ANP, se plantean los siguientes lineamientos para su desarrollo:

- La actividad turística sostenible en ANP además de ser generadora de ingresos económicos, debe aportar a la conservación del área y al desarrollo local y regional, brindando oportunidades para la participación privada.
- La actividad turística debe asegurar estándares mínimos sociales y ambientales en la operación, así como la calidad y competitividad en el servicio.
- Promueve el involucramiento de las poblaciones locales organizadas, a través del fortalecimiento de capacidades, que faciliten su articulación con esta actividad y su desarrollo sostenible.
- La actividad turística contribuye a la valoración de los recursos naturales y culturales del ANP mediante el desarrollo de una mayor conciencia ambiental.
- Las ANP (IANP y JANP) deben desarrollar e implementar mecanismos de coordinación interinstitucional como base para el manejo integrado del turismo en las ANP y sus zonas de amortiguamiento (ZA).

Es en este marco en que desde la Intendencia de ANP se promueve la participación de población local en turismo como una alternativa al aprovechamiento directo de recursos (en áreas de uso indirecto) y actividades ilegales (tala de madera, ganadería y pesca informal, entre otros).

## 2. LA RESERVA NACIONAL PACAYA SAMIRIA (RNPS)

### Descripción y objetivos de creación

La Reserva Nacional Pacaya Samiria es un área natural protegida por el estado, en cuyo interior el aprovechamiento de recursos naturales, especialmente la pesca, data desde hace mucho tiempo y cuyos primeros registros para garantizar la conservación y aprovechamiento de los recursos naturales, datan del año 1940 cuando se declara como Zona Reservada el área fluvial del río Pacaya. Posteriormente en el año de 1944 se incluyó el sistema hidrográfico de los ríos Pacaya y Samiria.

Posteriormente, en 1968, se declaró *Zona Reservada* por el Estado a todo el sistema hidrográfico del río Samiria que, conjuntamente con la Zona Reservada del río Pacaya conformaron la Reserva Nacional Pacaya Samiria con una extensión de 1.478.790 Has. En el año 1982, se amplió a una extensión de 2.080.000 hectáreas, constituyéndose en la 2<sup>da</sup> ANP más extensa del Perú<sup>1</sup>.



Mapa del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Perú

La Reserva Nacional Pacaya Samiria se crea con el objetivo de "Conservar los recursos de flora y fauna así como la belleza escénica característica del bosque tropical húmedo", siendo sus objetivos específicos:

- Proteger la diversidad biológica de sus ecosistemas terrestres y acuáticos;
- Conservar y manejar los recursos naturales de interés ecológico y económico,
- Garantizando su uso sostenible por las poblaciones locales.

Pacaya Samiria se encuentra ubicada en el Noreste del Perú, políticamente pertenece a la Región Loreto, representando aproximadamente el 6% de la región y el 1,5% de la superficie total del país. Internamente se distinguen tres cuencas hidrográficas: el río Samiria, Pacaya y Yanayacu Pucate.



Mapa de la Reserva Nacional Pacaya Samiria.

<sup>1</sup> La mas extensa es el PN Alto Purus, creado en el 2004.



### 3. ACTIVIDADES ECONÓMICAS DENTRO DE LA RNPS

Es importante resaltar que a raíz de la ampliación realizada en 1982, dentro de la reserva hoy viven más de 42.000 personas en 92 centros poblados, y en zona de amortiguamiento alrededor de 50.000 personas en 109 comunidades. Así mismo, existen 56 comunidades nativas que pertenecen a la etnia Cocama-Cocamilla.

#### Aprovechamiento de recursos

Esta población vive fundamentalmente del aprovechamiento de los recursos naturales y genera una parte importante del aporte de proteínas (carne de peces) y frutos del bosque (aguaje) por la población de las ciudades amazónicas y otras ciudades del país. Este aprovechamiento se realiza fundamentalmente bajo las siguientes modalidades:

- Las poblaciones asentadas al interior del ANP: indígenas, ribereñas e inmigrantes que realizan sus actividades productivas y extractivas dentro de esta
- Las poblaciones asentadas en la zona de amortiguamiento, que usan determinados recursos incidiendo en actividades de pesca, caza y recolección; en menor medida usan la tierra para actividades agrícolas
- Los usuarios foráneos, particularmente comerciantes, que viven en las ciudades de la región y ejecutan actividades de pesca y extracción de flora, fauna y recursos hidrobiológicos, realizan tales actividades directamente o son intermediarios y habilitadores para la población local

Ante este escenario y frente a la necesidad de conservar los recursos naturales y que éste se constituya un mecanismo que facilite el cumplimiento de los objetivos de la RNPS, se promovió la participación de la población local en la protección y manejo de recursos naturales.

Fruto de este tipo de proceso, se generaron experiencias locales de organización en forma de grupos organizados y comunidades para el manejo y la protección de los recursos, lo cual fortaleció y legitimó la gestión del ANP al tiempo que generó confianza y comprensión de la población sobre los objetivos del área.

#### Grupos locales de turismo

Los primeros Grupos Locales de Turismo (GLT) reconocidos por la reserva data del año 2000, sin embargo las primeras iniciativas de organizaciones que guiaban a visitantes a la reserva se dio en el sector de Lagunas (1996), posteriormente se forman organizaciones en el sector bajo y medio del Samiria (1999) y luego en el bajo Pacaya (2000). Aunque las experiencias de personas de forma individual en guiado de turistas data desde la década del 70 en el sector de Tibilo Pastococha.

En el año 2000 se emiten las primeras autorizaciones para Grupos Locales de Turismo, las mismas que eran similares a de los grupos de manejo de recursos naturales. Cuando se aprueba el Plan de Uso Turístico y Recreativo de la RNPS (2001), se incrementan y amplían las zonas de uso turístico en la reserva. En la actualidad los GLT prestan servicios en 5 de las 8 áreas de uso turísticos establecidos en el Plan de Uso Turístico y Recreativo de la RNPS.

En el año 2004, se establecen lineamientos para ordenar la actividad turística de los grupos locales dentro de la Reserva Nacional Pacaya Samiria. Estos lineamientos (conjunto de normas y pautas a seguir para un buen desempeño de la actividad) están referidos a requisitos, restricciones, sanciones, ordenamiento administrativo y normas

de funcionamiento. Estos lineamientos fueron elaborados con los representantes de los grupos locales de turismo y en la práctica funcionan como un “reglamento” consensado a partir del cual se ordena la actividad de los grupos locales.

Los GLT han recibido y vienen recibiendo diversas capacitaciones con el soporte de las instituciones de apoyo (AECI y ProNaturaleza) y el INRENA (apoyo de USAID). Estas capacitaciones han involucrado temas como el guiado y cocina, pasando por interpretación ambiental hasta llegar recientemente al mantenimiento de motores, primeros auxilios. Actualmente se está organizando capacitación en temas relacionados a la administración y gestión de pequeñas empresas y la comercialización turística.

Los GLT prestan servicios de guiado a visitantes nacionales y extranjeros al interior de la reserva y/o las comunidades cercanas. Esta actividad consiste en brindar servicio de guiado por los lugares con atractivos naturales de flora, fauna, paisajísticas y mostrar manifestaciones culturales locales. Durante los recorridos el guía local explica a los visitantes lo que observan, a través de su conocimiento y vivencia personal.

La planificación de sus actividades turísticas se realiza con ayuda de las instituciones de soporte (ONG) y en otros casos, los hacen solos o con apoyo de voluntarios extranjeros y nacionales como es el caso de los GLT de Lagunas y San Martín de Tipishca.

Los paquetes turísticos incluyen atención con alimentación y hospedaje dentro de la reserva, y en algunos casos el desplazamiento desde la ciudad de Yurimaguas, Iquitos o Nauta hasta la comunidad. La alimentación se basa en comidas típicas, utilizando en su mayoría productos locales. No existe mayores comodidades, en general duermen en casas rústicas o en campamentos acondicionados en el bosque.

Las organizaciones cuentan con paquetes turísticos de 2 a 15 días en español y/o inglés. Los costos por paquete varían por organizaciones, sectores y servicios.

## 4. PROBLEMAS, BENEFICIOS Y RETOS EN PACAYA SAMIRIA

### Problemas:

Los principales problemas generados durante estos procesos de formación y desarrollo de los grupos locales de turismo en la RNPS se pueden definir de la siguiente manera:

- Entre las instituciones de apoyo (ONG) existe una falta de conocimiento respecto de la organización interna de las comunidades, ya que los comités de aprovechamiento y de turismo no funcionan como entes colectivos de producción (grupos comunitarios propiamente dichos) sino de grupos vinculados por lazos de parentescos o alianzas para desarrollar la actividad.
- A nivel de los grupos de manejo se evidenció una fuerte fragilidad organizativa causada por falta de liderazgo, ineficiente comunicación, poca y diferenciada participación de sus miembros. Esto genera entre los pobladores desánimo y deserción de los integrantes, poca participación de la asamblea en toma de decisiones, lo que a su vez lleva a incumplimiento de acuerdos internos (postergación o no ejecución) e inestabilidad en la permanencia de los miembros.
- Los grupos están compuestos por solo una parte de los miembros de la comunidad y no consideran mecanismos para el ingreso de nuevos miembros, lo cual se constituye un problema por la avanzada edad de algunos de sus miembros.





- El accionar de los grupos locales de turismo ha generado conflictos por el uso de los recursos naturales con la población no formalizada ni organizada. Solo el 20% de la población trabaja en forma de grupos (tanto de aprovechamiento de recursos como de turismo), y en el caso de los GLT entran en conflicto con pobladores que aprovechan recursos de manera informal.
- Los impactos generados por actividades como tala o pesca ilegal generan conflictos con los GLT, es por ello que estos grupos apoyan a la Reserva en actividades de patrullaje y vigilancia.
- Existen problemas de competencia desleal entre grupos en localidades donde existen varios de ellos, fundamentalmente en el precio de los servicios.
- El flujo turístico no es constante ni significativo, por lo que aun no se aprecia beneficios significativos entre los GLT y sus miembros.
- Los GLT miden el éxito por las ganancias directas y no consideran los beneficios indirectos a las comunidades.

### **Beneficios y retos:**

Sin embargo, estas experiencias han generado importantes avances en el involucramiento de las poblaciones locales en turismo. Se han logrado beneficios pero también se han identificado retos a cumplir en la gestión de la RNPS:

- Se ha consolidado el compromiso entre la Jefatura y los grupos de turismo para la gestión de la RNPS, logrando la participación de los grupos en procesos de actualización de Plan Maestro y el Comité de Gestión.
- Si bien los beneficios económicos por el turismo aun son escasos ha logrado sensibilizar a las poblaciones hacia la necesidad de conservar los recursos naturales.
- Es importante asegurar la continuidad de la participación de los grupos locales en los procesos de planificación y gestión de la RNPS.
- Resulta prioritario trabajar hacia la autogestión administrativa y técnica de muchos grupos hoy dependientes del apoyo de ONG o de la Jefatura.
- En los casos de grupos que han logrado algún nivel de autogestión, resulta necesario afianzar técnicamente su capacidad de gestión o gerencia de sus pequeñas empresas turísticas.
- En todos los casos es una prioridad la mejora de la calidad del servicio turístico y el diseño de productos, especialmente orientados hacia turistas extranjeros interesados en naturaleza.
- Se viene trabajando en lograr la inserción de los grupos locales de turismo en cadenas de comercialización turística ya vigentes en Iquitos, Tarapoto o Lima, sin embargo es necesario fortalecer dicha tarea.
- En este trabajo se ha logrado generar sinergias con el Viceministerio de Turismo y a la Comisión de Promoción Turística del Perú (PromPerú)

### **BIBLIOGRAFÍA:**

Camacho, Karla. 2006. "Proceso de Involucramiento de Pobladores locales en conservación y manejo de recursos naturales y turismo dentro de la Reserva Nacional Pacaya Samiria". INRENA. 147pp. No publicado.

INRENA, 2001. "Plan de Uso Turístico de la Reserva Nacional Pacaya Samiria".

INRENA, 2002. "Plan Maestro de la Reserva Nacional Pacaya Samiria".