

Documentos Especiales

DESAFÍOS EN EL MANEJO DEL TURISMO ECOLÓGICO

*Peter W. Williams
Simon Fraser University
Burnaby, B. C.-Canadá*

INTRODUCCIÓN

A medida que avanza la década de 1990 se agudiza la preocupación por los problemas ambientales; la industria turística no se ha mantenido ajena a esta tendencia al desarrollar nuevos productos. Diariamente surgen en el mundo nuevas oportunidades para el turismo de naturaleza, cultural, histórico, *verde* y de aventura. En algunos destinos es sumamente alta la cantidad de viajeros, tanto nacionales como internacionales, que son atraídos por las particularidades ambientales del lugar (Millman 1989). En nombre del ecoturismo, áreas remotas y partes del planeta relativamente inalteradas se están convirtiendo en destinos favoritos para turistas no convencionales (Boo 1990)

Para muchas personas el ecoturismo es una bendición y una maldición a la vez (Hackman 1990). Este tipo de turismo puede traer valijas cargadas de ingresos para las economías locales y regionales, una mayor conciencia de la importancia de la conservación y satisfacción por el intercambio cultural. Pero al mismo tiempo puede acarrear exceso de equipaje en la forma de demandas intolerables sobre los recursos naturales y culturales, al igual que sobre los ecosistemas locales. El desarrollo del ecoturismo en forma sostenible promete ser un desafío para las áreas relacionadas con el turismo tanto en el sector privado como en el público. Por otra parte, para lograr el crecimiento armonioso del *ecoturismo* es necesario comprender mejor su significado.

ECOTURISMO – IMAGEN Y REALIDAD

Al ecoturismo se lo considera generalmente como sinónimo de turismo ambiental, responsable, alternativo, natural y *verde*. Si bien existen marcadas diferencias entre todos estos tipos de turismo, todos ellos, en esencia, se relacionan con un tipo de viaje que afecta a los recursos naturales y humanos de un área en menor medida que el turismo convencional, y que al mismo tiempo incrementa los beneficios económicos, sociales y ambientales (Butler

1989). Por lo tanto, la mayoría de los responsables de la conducción del sector intuitivamente apoyan los intentos de implementarlo, a pesar de no entender claramente de qué se trata.

Probablemente, afirmar que el ecoturismo es un sub-segmento muy específico del turismo alternativo sea la mejor manera de definirlo. Este tipo de turismo se caracteriza por *viajes hacia áreas naturales relativamente poco alteradas o no contaminadas con el objeto específico de manifestaciones culturales (pasadas y presentes) características de esas áreas...* (CevallosLascurain 1987). Ciertos elementos comunes distinguen a la experiencia ecoturística a pesar de la amplia gama de productos ofrecidos en el mercado, que varían desde la observación de los criaderos de lobos marinos en los témpanos del Golfo de San Lorenzo (Canadá), pasando por el estudio de las migraciones de las ballenas en la costa del Pacífico de Baja California, México, hasta la práctica de trekking por los fascinantes y remotos distritos del norte de Bhutan. Estos elementos comunes se relacionan con la intensidad, la forma de participación, el grado de comunicación, los niveles de diversificación y el enfoque geográfico de la experiencia.

INTENSIDAD DE LA EXPERIENCIA

El grado de participación física e intelectual sirve para diferenciar el ecoturismo de otras formas de turismo. El ecoturista tiende a ser constante y a interesarse profundamente en sus aficiones específicas, sin importar el esfuerzo que deba realizar y el tiempo que deba emplear para lograr su objetivo. Algunas formas particularmente intensas de ecoturismo incluyen expediciones científicas a la Antártida, donde los viajeros ayudan a los investigadores en sus tareas relacionadas con el estudio de las colonias de pingüinos, con la glaciología, etc.

FORMAS DE PARTICIPACIÓN

La participación en una experiencia ecoturística implica protagonismo en su creación. Si bien es posible realizar una amplia gama de actividades, la mayoría de ellas exigen grandes esfuerzos. Hay una tendencia a combinar actividades físicas como caminatas, trekking, ciclismo, kayaking, etc. Con la creación de una concientización ambiental que se logra explorando poblados remotos, conociendo integrantes de diferentes grupos étnicos, consumiendo comida típica o descubriendo los hábitats de animales salvajes.

COMUNICACIÓN

Para muchos viajeros el ecoturismo consiste en aprender y en crear una conciencia ambiental. En vez de ser etnocéntrico, el ecoturismo busca una comunicación bidireccional e igualitaria entre visitantes y visitados. Cada uno aprende del otro, pero el objetivo principal es lograr una mejor apreciación de los elementos tales como comida típica, alojamiento, transporte y realidades culturales. Puede abarcar un espectro de objetivos que van desde permanecer en una casa de huéspedes tribal y encontrarse con primitivas personas de las

montañas en Indonesia, hasta disfrutar de un encuentro *out back* con residentes de Queensland en un hotel del bosque tropical australiano.

DIVERSIDAD

En el turismo convencional la excelencia suele evaluarse según lo predecible y uniforme de la experiencia. No existen sorpresas; simplemente se requiere una calidad de desempeño uniforme. Descubrir cosas nuevas, al igual que encontrar oportunidades para el crecimiento intelectual, cultural y espiritual son las metas perseguidas por los turistas. El ecoturismo busca facilitar posibilidades de descubrimiento y comprensión, y alentar la apreciación de la diversidad cultural y natural en todos los lugares del planeta.

ENFOQUE GEOGRÁFICO

El ecoturismo se interesa especialmente por lugares menos afectados por el paso del tiempo, con un ritmo de vida propio y diferente del mundo occidental, lo suficientemente alejados como para no haber sido previamente invadidos por turistas. Los principales atractivos y estímulos para el desarrollo de destinos ecoturísticos son los recursos físicos y humanos localizados en áreas rurales, y no tanto los de las áreas urbanas. Los principales destinos ecoturísticos se encuentran actualmente en países en vías de desarrollo. América Latina, Kenia, Nepal, Tanzania y la India encabezan la lista de destinos ecoturísticos, tanto en términos de oferta como de demanda.

DEMANDA ECOTURÍSTICA

Un constante crecimiento de la conciencia ambiental, el *enverdecimiento* de los valores sociales, una mayor preocupación por el estado de salud y la aptitud física, sumados a la elevación de los niveles de instrucción, han impulsado la creciente demanda del ecoturismo, y de otras formas de viajes no convencionales a destinos inusuales. Mientras que la vida salvaje del África y su paisaje han llamado la atención del turismo durante décadas, hay recursos únicos y exóticos en otras partes del mundo que sólo hoy están emergiendo como destinos potenciales para turistas internacionales.

Debido a problemas de clasificación y medición resulta difícil evaluar cuál ha sido el crecimiento, en términos precisos, de la demanda del ecoturismo. Sin embargo, los estudios realizados muestran una creciente participación de los operadores de ecoturismo en el negocio del turismo especializado (Ingram y Durst 1989).

Algunos trabajos de investigación realizados sobre el perfil de la clientela ecoturística sugieren que ésta, a nivel personal, difiere entre sí en lo socioeconómico, en su conducta y/o actitudes, pero que existen ciertos elementos comunes que la diferencian del turista convencional. El ecoturista, por lo general, es un entusiasta de las actividades al aire libre; es

mayor de treinta años de edad, pertenece tanto al sexo femenino como al masculino; tiene experiencia en viajes de larga distancia, y prefiere viajar por cuenta propia. Aproximadamente un tercio de los ecoturistas han participado previamente de una experiencia similar (Ingram y Durst 1989). Lo más importante, sin embargo, es que la mayoría de los ecoturistas esperan descubrimientos y esclarecimientos al participar de la experiencia. El crecimiento personal, en términos emocionales, espirituales e intelectuales, parece ser el logro más ansiado.

CUESTIONES DE MANEJO

El ecoturismo controlado y manejado apropiadamente trae consigo, sin duda, muchas ventajas económicas, sociales y ambientales (Priester 1989).

Debido a que se realiza en pequeña escala, se concentra en áreas rurales, utiliza mano de obra local y cuenta con un alto potencial de ingreso por visitante, resulta particularmente atractivo tanto para el sector público como para el privado (Pearce 1981). Al mismo tiempo, debido a su inherente sensibilidad por la comunicación, la concientización y su preocupación por los problemas ambientales, aparentemente crea menos impactos negativos que las diferentes formas de turismo convencional (Butler 1989). A pesar de estos atributos, ciertos estudios realizados sugieren que el ecoturismo no está en condiciones de garantizar una forma de desarrollo que no sea auto-destructiva. Un ecoturismo que sea socialmente sensible, ambientalmente puro y localmente conducido es probablemente más mito que realidad (Jeffries 1982). Entonces, ¿Cuáles son los aspectos del manejo que se deben considerar para que el ecoturismo mantenga su integridad a largo plazo?

ESCALA DE OPERACIONES

El ecoturismo se desarrolla en una escala diferente que el turismo convencional. La mayoría de los operadores procesan un promedio de menos de 300 clientes por año (Ingram y Durst 1989). Los grupos individuales generalmente se componen de menos de 20 personas. Por lo tanto, los requerimientos de infraestructura y equipamiento, así como los servicios, son utilizados con menor intensidad y menor periodicidad que en otras formas de turismo. Es extremadamente difícil mantener un negocio en pequeña escala, dentro de un esquema de mercado libre, sin perjudicar la rentabilidad del negocio (Boo 1989). El empleo, los costos de operación, el apoyo político y de mercado tienden a ser menos confiables y menos consistentes para pequeñas operaciones que para aquellas de mayor envergadura. La búsqueda de una economía de escala viable invariablemente lleva a la búsqueda de una forma de turismo que comprenda un mayor número de personas y la realización de viajes más frecuentes, lo que generalmente se traduce en grandes presiones sobre los recursos naturales y humanos de los destinos receptores.

SELECTIVIDAD DEL MERCADO

El ecoturismo atrae a un tipo muy particular de personas. Buena posición económica, educación, madurez e interés por el medio ambiente son características comunes de un gran número de entusiastas de la actividad. Cuando los destinos desarrollan un producto para adeptos al trekking, para ornitólogos, arqueólogos o fotógrafos de animales salvajes que además tengan las características antes mencionadas, se corre el riesgo de encontrar un mercado muy reducido y un negocio esporádico. Si bien se mantiene fiel a sus intereses y a la problemática ambiental, este selectivo segmento del mercado no necesariamente se siente ligado a un mismo destino para la realización de sus desplazamientos turísticos.

Existe una amplia gama de espectaculares opciones de productos ecoturísticos, que van desde las islas Galápagos (Ecuador) hasta el Himalaya, pasando por la Antártida y África oriental. Esta competencia lleva a posibles destinos ecoturísticos a decidirse por ampliar su mercado, modificando la naturaleza y calidad del producto ecoturístico. Estas alteraciones tienden a homogeneizar el producto y a restarle calidad al conjunto, lo cual a largo plazo lleva a la degradación de la experiencia ecoturística.

SENSIBILIDAD SOCIAL

Ecoturismo también significa lograr una concientización intelectual, espiritual y emocional. Apuntalado por la premisa de comunicación bidireccional e intercambio personalizado entre visitantes y visitados, tendrá éxito si se estimula la comprensión mutua en un medio estereotipado. A pesar de este objetivo, es difícil imaginarse cómo el intercambio cultural puede ser único considerando el breve tiempo del que dispone el ecoturista y la relación relativamente repetitiva que mantienen los empleados en turismo con los visitantes. Además, dados los esfuerzos premeditados que se realizan para que exista un encuentro con poblaciones aborígenes, es muy difícil imaginar que los visitantes no influyan significativamente en el tejido social local. El mantenimiento durante mucho tiempo del sistema de valores y del estilo de vida de la población local es un desafío muy grande, que posiblemente sea mucho mayor aún para los responsables del ecoturismo que para los responsables del desarrollo de las formas convencionales de turismo.

PROTECCIÓN AMBIENTAL

La alta calidad del medio natural es la esencia del ecoturismo. Al aumentar la afluencia turística a estos lugares invariablemente se presentan síntomas de degradación como, por ejemplo, la acumulación de desperdicios, polución aérea y acuática, erosión del suelo y modificación del hábitat de animales salvajes. Incluso es común que los entes de administración local, carezcan de la habilidad, la motivación y/o los recursos para manejar la relación ecoturismo / medio ambiente (Leiff 1983). Turismo y conservación no son necesariamente los mejores compañeros; frecuentemente su relación requiere de una guía y

de un manejo inteligente. En otras palabras, la naturaleza es la gallina de los huevos de oro del ecoturismo y éste solamente prosperará si se la protege.

ASPECTOS ECONÓMICOS

El turismo sostenible, al igual que cualquier otra actividad lucrativa se apoya en la noción de autofinanciamiento. Esto significa que el turista debe pagar el costo real de la producción de la experiencia ecoturística, que incluye el costo del mantenimiento de la vida salvaje, y otros componentes del ecosistema natural. Mientras que los métodos actuales de contabilización de las operaciones ecoturísticas permiten calcular la depreciación del capital invertido por el hombre, a través de rubros tales como transporte, equipos y alojamiento, no se contabiliza la depreciación del ecosistema como resultado de la presencia de los turistas. El costo del mantenimiento del ecosistema no se refleja normalmente en el boleto del turista. Más aún, en muchos casos este costo no es subsidiado por otros intereses turísticos. Por ejemplo, pocos operadores turísticos proveen asistencia financiera para el manejo de las áreas naturales que comercializan. En aquellos casos en que se brinda apoyo, éste es limitado (Boo 1990). Los ecoturistas, debido a su compromiso con esta experiencia, realizan contribuciones a proyectos específicos. Las contribuciones de las regiones de destino son limitadas debido principalmente a su falta de recursos. Para que el turismo se autofinancie debe pagar sus costos. Las oportunidades para este compromiso no han sido exploradas.

MARKETING

Los destinos ecoturísticos no cuentan con apoyo de marketing. Limitados por la falta de información sobre los grandes mercados consumidores sobre los mercados-objetivo de altos ingresos y sobre los canales de distribución, los intentos en la materia son frecuentemente fortuitos, si es que en verdad tienen lugar. Especialmente en los destinos localizados en países en vías de desarrollo, una cobertura muy negativa en los medios masivos de comunicación extranjeros, la inestabilidad política, un sistema de transporte no confiable y los limitados recursos disponibles para los emprendimientos de marketing, son problemas que se suman a los propios del marketing (Ingram y Durst 1989). Debido a ello, la mayoría de los emprendimientos de marketing son llevados a cabo por operadores turísticos extranjeros, que cuentan con limitado apoyo y coordinación en las áreas de destino (Frueh 1988). Esta situación es similar a los perjudiciales programas de marketing turístico llevados a cabo en el Caribe a principios de la década de 1970.

CONCLUSIÓN

Existen Considerables oportunidades y ventajas para el desarrollo del ecoturismo en la próxima década, ya que esta forma de turismo posee muchos rasgos favorables para ser utilizada como alternativa del turismo masivo. Son pocas las industrias que cuentan con el

potencial de extraer sólo fotografías y recuerdos, dejando a la vez una economía y una trama social ambiental más fuerte y elástica. Paralelamente, si el ecoturismo no es manejado con inteligencia, sus objetivos y características lo convierten en el mejor instrumento de destrucción de los pocos espacios del mundo que aún permanecen intactos. La industria turística enfrenta el desafío de hacer las cosas bien esta vez, ya que quedan muy pocas oportunidades más.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Boo, E.

1990 *Ecotourism: The Potentials and Pitfalls*. World Wildlife Fund, Volumen 1

Butler, R.

1989 *Alternative tourism: pious hope or Trojan horse*, *World Leisure and Recreation* 31(4):9-17

Ceballos Lascurain, H.

1987 *Estudio de prefactibilidad socioeconómica del turismo ecológico y anteproyecto arquitectónico y urbanístico del Centro de Turismo Ecológico de Sian Kaan, Quintana Roo*, SEDUE, México

Frueh, S.

1988 *Report to W.W.F. On Tourism To Protected Areas*, Washington, D.C.

Hackman, A.

1990 *Tourism and the conservation of biological diversity: is there common ground?* Inédito, presentado en la Conferencia Globe '90, Vancouver, B.C.

Ingram, C.D. y P.B. Durst

1989 *Nature-oriented tour operators: travel to developing countries*, *Journal of Travel Research* 28(2):11-15

Jeffries, B.

1982 *Sagarmantha National Park: the impact of tourism in the Himalayas*, *Ambio* 11(5):274-281

Lieff, B.

1983 *Who should be managing our parks*, en E. Kienholz (ed.), *Tourism And The Environment: Conflict or Harmony?*, Canadian Society of Environmental Biologists – Alberta Chapter, Edmonton, pp. 111-116

Millman, R.

1989 *Pleasure seeking vs the "greening" of world tourism*, *Tourism Management* 10(4):275-278

Pearce, D.

1981 *Tourist Development*, Longman House, Nueva York

Priester, K.

1989 *The theory and management of tourism impacts*, *Tourism Recreation Research* 14(1):15-22

Thorsell, J.W. y J.A. McNeely

1988 Jungles, mountains and islands: how tourism can help conserve the natural heritage. Inédito, ponencia preparada para la First Global Conference: Tourism A Vital Force For Peace, Vancouver, B.C.

****Este trabajo fue preparado para la Travel Review Conference, realizada en Washington D.C., el 3 de febrero de 1991. Ha sido taucido del inglés.***