TURISMO SOSTENIBLE EN CUEVAS
PRESENTACIÓN DE LCDA. ROBERTA HILLBRUNNER
PRIMER SEMINARIO SOBRE EL MANEJO SOSTENIBLE DE RECURSOS KARSTICOS

Que es Turismo Sostenible? La Organización Mundial de Comercio (OMC) lo define así:

Turismo sostenible satisface las necesidades de regiones y de turistas presentes mientras protege las oportunidades para el futuro." El resultado es "la administración de todos los recursos de tal manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas pueden ser satisfechas mientras que se mantenga la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y sistemas de vida."

La siguiente es una combinación de definiciones y principios hecho por National Geographic:

Informativo – visitantes aprenden algo sobre el destino

Apoyo a la Integridad del Lugar – un enfoque en la protección de los recursos naturales y culturales (arquitectura, gastronomía, patrimonio, arte, ecología etc.)

Beneficios a los Lugareños - propio de gente local dándoles empleo y la oportunidad de entrar en el proceso de toma de decisiones

Conservación de Recursos – minimización de contaminación, consumo de desechos, uso de agua y químicos etc.

Respeto a la Cultura y las Tradiciones Locales – visitantes aprenden de y participan en costumbres, aprenden algo del idioma y entienden las expectativas locales.

No abuse el Producto – Beneficiarios aplican límites y los negocios privados cooperan con ellos para sostener el hábitat, escenario y cultura local

Cualidad no Cantidad – Excito no medido por solo por número de visitantes, sino también por tiempo de estadía, dinero gastado y cualidad de experiencia

Líneamientos económicos también han sido definidos por la comunidad internacional:

Dueño – el proyecto debe de ser adueñado localmente y desarrollado a través de cooperación local, compartimiento de beneficios, y la comunidad debe tener acceso al desarrollo turístico

Rentabilidad – Un análisis de pre-factibilidad debe de ser efectuado, el proyecto tiene que ser viable comercialmente, análisis periódico del mercado también es necesario para responder a nuevas oportunidades o cambios, debe de proveer buena calidad por el costo y aprovechar de incentivos gubernativos relevantes y oportunidades de financiamiento

Compra de Bienes – productos, conocimientos y servicios deben de ser adquirido localmente y visitantes deben de tener la oportunidad de comprar productos hechos localmente

Vínculos Regionales – integración con otras actividades económicas de desarrollo, contribuir al crecimiento económico de otros sectores regionales, contribuir al desarrollo de nuevos negocios locales basados en oportunidades ofrecidos por la economía local, resultar en el aumento de gastos turísticos en la región y contribuir a estrategias de desarrollo económico más amplios.

Empleo – tiene que llenar requerimientos legales de empleo, debe ofrecer oportunidades significativas para el empleo de personas locales, debe de ampliar conocimientos y capacidad de personas locales, proveer beneficios adecuados a los empleados y limitar la inseguridad y temporalidad del empleo a la manera posible

Cooperación Público / Privado – búsqueda del desarrollo de oportunidades de colaboración conjunta donde posible

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) nos indica tres condiciones claves para asegurar que el turismo sostenible sea exitoso:

Involucramiento de Interesados

Intercambio de Información

Construcción de Capacidad

El turismo sostenible es una herramienta importante para muchas economías locales, particularmente en países sub-desarrollados. En cuanto van descentralizando las estructuras gubernamentales la responsabilidad para el desarrollo de turismo esta quedando mas y mas en manos de las autoridades locales. Esto es una cosa buena!

Donde Empezar? Hacer un Plan de Turismo Comunitario!

Planificación de turismo ayuda a la comunidad a determinar su potencial actual turística y requiere que la comunidad estime tanto los costos sociales, económicos y ambientales como los beneficios del turismo. Los planes turísticos coordinan las actividades de desarrollo y mercadeo de diferentes sectores interesados en el turismo y les ayuda a trabajar hacia una meta común. Planificación debe de asegurar un balance entre las necesidades de la comunidad y lugareños y las necesidades y deseos de los turistas. Planificación turística no debe de ser efectuado en solo... incorpora la planificación turística con planificación de todos sectores de la comunidad para asegurar que todas las necesidades y oportunidades sean conocidos y atendidos. El proceso de planificación es basado en el control, liderazgo y apropiamiento local del cambio inherente en el desarrollo comunitario.

Proceso de Planificación para el Desarrollo de Turismo Sostenible

Paso Uno: Identificación de Involucrados y Formación de una Coalición

Quien debe de ser involucrado? Quien será el líder del proyecto? Cual es la responsabilidad de cada miembro? Como se tomará decisiones? Que son las opiniones y necesidades de la comunidad?

La comunidad debe formar un equipo local de planificación. El apoyo comunitario es esencial. Como mínimo, las autoridades locales, representantes de otras organizaciones, negociantes y otros líderes deben de ser involucrados. Sin embargo, se puede aumentar la probabilidad de éxito del proyecto involucrando todos los interesados y afectados, incluyendo la industria turística, agencias gubernamentales y agencias de financiamiento multilaterales en el desarrollo e implementación del turismo local. Los sectores ambientales deben de ser involucrados también – y si hay recursos culturales involucra las agencias y organizaciones relacionadas.

Haga una lista de individuales y organizaciones quienes deben ser involucrados en el proyecto turístico. Estos individuales y grupos son los “stakeholders” en el proyecto. Una manera de empezar es invitar a estos a una “Reunión de Stakeholders” para empezar la planificación estableciendo un equipo de turismo y definiendo como trabajaran juntos. Es importante entender roles, responsabilidades y compromisos de cada quien. Cual(es) organización(es) proveerán el liderazgo y coordinación necesario? Como tomaran decisiones? Quien aplicara el trabajo que necesitara ser llevado a cabo?

Después de esta primera reunión, asegura que el proyecto involucra todos los “stakeholders” y mantiene una estrategia abierta y participativa. Facilita el desarrollo de redes para el intercambio de puntos de vista y información. Documenta y prepara reportes de recomendaciones basados en los resultados de las reuniones de los “stakeholders”.

Paso Dos: Inventario de Recursos Turisticos

Que tienen disponible? Quienes son sus visitantes? Que piensa su comunidad sobre el turismo?

Recursos turisticos son cualquier recurso natural, cultural, humano o capital que son usados o pueden ser usados para atraer o servir a los turistas. El inventario de recursos turísticos identifica y clasifica los recursos que proveen oportunidades para el desarrollo de turismo. Hacer un diagnostico objetivo y realistico de la cualidad y cantidad de recursos que existen. El siguiente lista provee unas clasificaciones sugeridas para ayudar a obtener una idea amplia y organizada de sus recursos turisticos:

- Recursos naturales y culturales del sitio

- Recursos Humanos

- Organizaciones y servicios de manejo de turismo

Capital disponible

También es importante entender el perfil de las personas quienes posiblemente visitarán (o actualmente visitan) el lugar. Características de visitantes, sus expectativas y necesidades guiarán el desarrollo y mercadeo del proyecto.

Poblaciones locales deben ser consideradas en la planificación turística. En cuanto que compiten con turistas por recursos, pueden ser afectados por la actividad turística. Una encuesta de los residentes locales debe ser conducida para asesar las actitudes de la comunidad hacia el desarrollo turístico, identificar impactos turísticos en la comunidad, y obtener perspectivas locales para los planes turísticos. Reuniones públicas, talleres y cuerpos de asesoría son algunas maneras de involucrar al público en el proceso. Apoyo y cooperación local son importantes para el éxito del proyecto y no deben de ser olvidados.

Paso Tres: Definir Vision, Metas y Objetivos

¿Porque quiere turismo su comunidad? ¿Donde ven la comunidad en el futuro y como cabe el turismo en esta visión?

La comunidad y los “stakeholders” deben desarrollar metas, objetivos y lineamientos para el desarrollo del turismo que será mas aceptable, de mayor beneficio y menos impacto para la comunidad. Idealmente las metas para el desarrollo turístico deben provenir de metas y objetivos más generales de la comunidad. Es importante entender como un plan turístico puede servir estos propositos más amplios. ¿Esta la comunidad buscando un base de impuestos más amplio, más oportunidades de empleo, expansion de infraestructura recreativa, mejores programas de educación, mejor cualidad de vida? ¿Como puede contribuir el turismo a estos objetivos?

La respuesta a esta pregunta no es tan facil como talvés piensa. Muchas veces comunidades responden que “Queremos turismo porque nos dará empleo.” No hay más que esto – deben entender la pregunta de una manera más profunda. Aunque el turismo puede proveer empleo, a veces estos solo son temporales. ¿Quiere su comunidad mejor su estándar de vida, proteger su ambiente, proveer una experiencia sana, segura e interesante al visitante? Aquí encuentran algunas cosas para contemplar:

Economía: Turismo puede atraer dinero hacia la comunidad. Permitirán inversiones de afuera? Como pueden controlar esto? ¿Cuanto dinero necesita ser fomentada cada año para considerar el turismo como un éxito? ¿Esperan ganar más dinero cada año? ¿Pueden generar más que inviertan? Trata de ser lo más específico posible con sus respuestas.

Empleo: Quieren que el turismo trae empleo a la comunidad? ¿Que si estos empleos solo existan en una temporada del año? ¿Estará disponible mano de obra local para llenar estos empleos o serán muy ocupados o poco calificados las personas locales? Permitirán a los empleadores traer trabajadores de afuera de la comunidad?

Preservación Cultural: Es la preservación cultural la razón primordial de atraer el turismo? ¿Dañará la cultura el turismo? ¿Que aspectos de su cultura pueden ser compartidos?

Moral Comunitaria: Generará orgullo un proyecto de turismo comunitaria? ¿Unirá la comunidad o creará divisiones?

Apariencia: La atracción de turistas al lugar dará incentivará la gente local a mejorar, reparar y mantener edificios y pasajes comunitarios? ¿Atraerá nueva infraestructura o dañará lo existente y atraerá basura y otros problemas?

Paso Cuatro: Generar Alternativas

¿Que quieren desarrollar? ¿Donde?

Basado en los pasos anteriores uno debe identificar el tipo de turismo apropiada al sitio. Genera alternativas de desarrollo y opciones de mercadeo para alcanzar sus metas. Esto requiere mucha creatividad.

Como llenarán las necesidades y expectativas de los visitantes? Que productos y servicios deben de existir? Quien hará que? Los aspectos de mercadeo de los productos y la demanda son elementos claves en el desarrollo de productos de valor para mercados realísticos.

Como protegerán el sitio? Como controlar y monitorear los operadores de turismo y los turistas? Daño a los sitios puede ocurrir por mal manejo del trafico de visitantes a pie y en vehículos, los procesos de construcción, el manejo de desechos, actividades de visitantes, ruido etc.

Que precios van a cobrar por que productos y servicios? Quien cobrará? Como será contabilizado y distribuido los ingresos? Asegura que los planes creen y compartan oportunidades de empleo entre toda la comunidad. Estructurar las alternativas para compartir las actividades entre todos los "stakeholders".

Que tipo de promoción debe de ser efectuada? Por quien, en cuales medios, cuanto, cuando? Que temas o imágenes deben de ser usados? Quien puede ayudar a promocionar? Presupuestos deben de incluir planes de promoción y sus respectivos costos. Como integrar estos esfuerzos en las actividades de promoción regional o nacional?

Cual es el costo real del desarrollo turístico? Cada alternativa debe de tener un presupuesto realístico incluyendo costos de construcción, operación y mantenimiento. Si se requerirá de fondos adicionales más allá que lo disponible, debe de incluir ideas sobre como generar los.

Cuanto tardará para desarrollar el turismo? Que orden debe llevar? Quien hará que, cuando? Una priorización sencilla y linea de tiempo debe ser incluidos.

Cada alternativa debe identificar las necesidades de desarrollo. Por ejemplo: infraestructura adicional como carreteras, senderos, letrinas, luz y agua; productos adicionales y servicios como comida, hospedaje guías, servicios de información y educación, equipamiento de proveedores; mejoramiento de capacidad y recursos humanos; cualidad de infraestructura, servicios, actividades y información.

Paso Cinco: Evaluar Alternativas

Es factible? Seria bueno?

Se evalúa las alternativas investigando el grado de satisfacción que cada opción puede lograr para alcanzar las metas y objetivos identificados. Usualmente hay dos partes para la evaluación sistemática de opciones de desarrollo y mercadeo del turismo: Análisis de Factibilidad y Análisis de Impacto. La decisión de tomar una acción específica debe ser basado tanto en su factibilidad como también su impacto.

Análisis de Factibilidad: Primero, eliminar los alternativas que no son factibles por razones económicos, ambientales, políticos o legales. Evaluar los demás alternativas en más detalle prestando atención particularmente a la potencial del mercado y el plan financiero.

Sea realístico sobre la capacidad de atraer y servir los segmentos del mercado turístico. Esto requiere un entendimiento del mercado turístico del área y como esto esta cambiando. También identificar cautelosamente su competencia y evaluar sus ventajas y desventajas en comparación con ellos.

La implementación de decisiones tomará tiempo, así es que deben de planificar para el futuro. Analice los patrones del mercado y competición varios años hacia delante.

Análisis de Impacto: Es importante entender el impacto, tanto positivo como negativo, de las acciones propuestas y examinar los costos y beneficios de ellos. Evaluar las decisiones turísticas con un entendimiento claro de la capacidad de la infraestructura y servicios locales considerando las necesidades de las poblaciones locales y los turistas.

Los tipos de impactos y su importancia relativa varían entre comunidades y acciones propuestas, pero normalmente el tamaño, alcance y naturaleza de los impactos depende de:

Volumen de la actividad turística comparada a la actividad local

Duración y naturaleza de contactos entre el visitante y la comunidad

Grado de concentración de la actividad turística

Grado de diferencia entre los visitantes y la población local

Estabilidad de la economía, el ambiente y la estructura social de la comunidad

Cualidad administrativa de las actividades desarrolladas

Paso Seis: Selección y Desarrollo de Alternativa

Establecer responsabilidades, lineamientos y calendario claro.

Seguir el plan.

Establecer capacidad local para desarrollar e implementar las actividades turísticas y proveer los servicios turísticos necesarios.

Paso Siete: Monitorear y Evaluar

Establecer capacidad institucional y de empleos para el monitoreo.

Establecer indicadores para medir el éxito global del proyecto.

Monitorear la implementación de la protección ambiental y los reglamentos establecidos.

Es importante monitorear para detectar problemas o impactos negativos temprano para poder reaccionar y resolverlos antes de que lleguen a ser difíciles a manejar. Deben de existir estrategias para facilitar reacciones que previenen futuros daños.

Medir impacto económico.

Usar inventivos para crear y mantener buenas prácticas.

Planes generalmente necesitan ser ajustados tras el tiempo debido al cambio de metas, condiciones de mercado e impactos no anticipados. Es buena idea incluir sistemas de monitoreo y evaluación en sus esfuerzos de planificación.